

TLCAN/Cultura

¿LUBRICANTE O ENGRUDO?

Apuntes a 20 años

Eduardo Cruz Vázquez

Coordinador

TLCAN/Cultura

¿LUBRICANTE O ENGRUDO?

Apuntes a 20 años

Eduardo Cruz Vázquez

Coordinador

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
SECRETARÍA DE EXTENSIÓN Y CULTURA

Jesús Áncer Rodríguez
Rector

Rogelio Garza Rivera
Secretario General

Rogelio Villarreal Elizondo
Secretario de Extensión Cultural

Celso José Gaza Acuña
Director de Publicaciones

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

Salvador Vegay León
Rector General

Norberto Manjarrez Álvarez
Secretario General

Patricia Alfaro Moctezuma
Rectora de la UAM-Xochimilco

Primera edición, 2015

© Eduardo Cruz Vázquez, coordinador
<http://economiacultural.xoc.uam.mx>

© Universidad Autónoma de Nuevo León
Padre Mier No. 99 Poniente, esquina con Vallarta
Centro, C.P. 64440, Monterrey, Nuevo León, México
T. (55 81) 8329 4111
publicaciones@sesc.unal.mx
www.unal.mx/publicaciones

Diseño

Ana de la Serna

ISBN XXXXXX

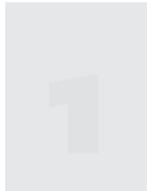
Todos los derechos reservados. Queda prohibida la reproducción parcial o total de la obra por cualquier medio o procedimiento, comprendida la reprografía y el tratamiento informático, la fotocopia o la grabación, sin previa autorización por escrito de la Universidad Autónoma de Nuevo León, de la Universidad Autónoma Metropolitana y de los autores.

Impreso en Monterrey, Nuevo León, México

Índice

Presentación 9

Eduardo Cruz Vázquez (Coordinador)



CRISOL SOBRE LA INTEGRACIÓN DE LOS MERCADOS CULTURALES DE CANADÁ, ESTADOS UNIDOS Y MÉXICO 15

Miguel Ángel Corzo (ESTADOS UNIDOS) 17 Gregorio Luke Contreras (ESTADOS UNIDOS) 25
Charles Vallerand (CANADÁ) 29 Antonio Mier Hughes 43 Eduardo Cruz Vázquez 55



SUBSECTOR AUDIOVISUAL 61

Misha MacLaird 63 Guillermo Vega Zaragoza 71 José Gonzalo
Elvira Álvarez 79 Víctor Ugalde 89



SUBSECTORES DE ARTES VISUALES Y EDITORIAL; ARTES ESCÉNICAS 122

Angélica Abelleira 125 Braulio Peralta 143 Viviana Amalia Basanta
Hernández 151 Héctor Garay 155



EL SUBSECTOR TELECOMUNICACIONES Y DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA 175

Jorge Fernando Negrete 177 María Elena Meneses 189 Francisco Vidal
Bonifaz 199 Gabriel Sosa Plata 209 Manuel Lino 227



SUBSECTOR DE CULTURA Y ARTE DEL ESTADO 253

Tomás Ejea 255 Javier Esteinou Madrid 259 Eduardo Nivón 307 Carlos A. Lara
González 317

El impacto del tratado de libre comercio sobre la cultura y la comunicación 20 años después

Javier Esteinou Madrid

I. EL PROCESO DE GESTACIÓN DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO EN MÉXICO

El nuevo modelo de crecimiento “modernizador” que adoptó el gobierno mexicano desde principios de la década de los años ochenta para salir de la crisis estructural que dejó la secuela de su último ciclo de crecimiento, ocasionó que la sociedad mexicana se adentrara en un nuevo panorama histórico de inevitable globalización de la economía, de integración a modernas zonas hegemónicas y de adaptación sistémica a la “modernidad económica” global. Esa gran transformación estructural que experimentó la sociedad mexicana desde el 1 de enero de 1994 a la fecha, se utilizó oficialmente como el nuevo detonador del crecimiento nacional y cobró forma concreta a través de la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLC) entre México, Estados Unidos y Canadá, funcionando como un mecanismo de integración económica, comercial y social entre los tres países.¹

Sin embargo, dentro del largo y difícil proceso de incorporación acelerada del país al nuevo proceso de globalización mundial que siguió el gobierno mexicano para negociar el establecimiento del Tratado de Libre Comercio,² surgió el enfrentamiento entre

¹ El 22 de noviembre de 1993 el Senado de la República Mexicana aprobó el texto del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) con los gobiernos de Estados Unidos y Canadá y entró en operación en el país el 1 de enero de 1994.

² Para conocer de manera detallada el proceso de cómo México negoció políticamente, vía *fast track*, al interior de la sociedad mexicana la aprobación del Tratado de Libre Comercio, consultar de Jorge Chabat, “México en 1991: Diversificando la interdependencia”, en *Enfrentando los cambios globales. Anuario de políticas exteriores latinoamericanas 1991-1992*, Jorge Heine (compilador), Santiago de Chile, Ediciones Pedagógicas Chilenas, Ediciones Dolmen, 1993, pp. 47-65, <http://www.libros.uchile.cl/files/presses/1/monographs/331/submission/proof/index.html#53/z>

diversos sectores nacionales e internacionales de la sociedad mexicana sobre el proyecto de nación que ambicionaban. Algunos de tales posicionamientos se convirtieron en altamente dominantes, atravesando o subordinando las otras propuestas sobre cómo insertar al país en el nuevo mosaico de la modernidad global.

Así, dentro de la gama de tópicos de acuerdos que se pactaron para ser considerados, el gobierno en turno del presidente Salinas de Gortari le dio gran importancia a diversas áreas como fueron la transferencia tecnológica, la protección de la propiedad intelectual, la apertura financiera, la definición de los principios de origen, la desgravación de cientos de aranceles, la formalización de las reglas del intercambio de mercancías, la reglamentación de los flujos de capital, la transformación jurídica, la competencia laboral, etc.; y no le prestó la menor atención a la función estratégica que debería ocupar nuestra cultura dentro de este acuerdo mercantil trinacional, dejando su funcionamiento al designo del libre juego de las reglas del mercado.

Esta realidad produjo un doble efecto político muy contrastante en la esfera de la opinión pública de la sociedad mexicana: por una parte, generó una corriente dominante de posicionamientos aperturistas que sostuvo que ante el nuevo acuerdo comercial no peligraba ningún aspecto de la identidad nacional debido a que la comunidad nacional contaba con una sólida estructura cultural de Nación proveniente de nuestras sólidas raíces milenarias, que le servían de protección ante las influencias exteriores. Por otra parte, creó otra tendencia de sensibilización ciudadana nacionalista que formuló que era muy delicado el proceso de apertura pues alteraría sustantivamente la estructura cultural básica del país y, por consiguiente, habría que encararlo con sumo cuidado.

Debido a ello, es necesario analizar cuáles fueron los diversos enfoques político sociales que existieron respecto a esta nueva influencia comunicativo-cultural en nuestro país, para desde éstas examinar las consecuencias que produjo sobre la sociedad mexicana la aplicación de dicho tratado trilateral. Con ello, se podrán construir las concepciones históricas y las prácticas políticas que equilibren o corrijan la continuidad de este fenómeno que implantó en México la nueva dinámica de la “modernidad contemporánea”.

EL CONSENSO A FAVOR

En la esfera de la opinión pública de la sociedad mexicana los discursos oficiales del gobierno y de algunos de los grandes empresarios construyeron un consenso contradictorio

sobre el papel de la cultura y la comunicación dentro del Tratado de Libre Comercio. Así, por un lado, algunos funcionarios argumentaron que con la presencia de éste las bases culturales, identitarias y comunicativas de la comunidad nacional no serían modificadas, pues dicho rubro no se incluiría en el pacto comercial; al contrario, se consolidarían, enriquecerían y desarrollarían más con el flujo del intercambio global. Por otro lado, Carla Hills, contraparte negociadora de EE.UU., aseguró formalmente que el Tratado de Libre Comercio sí incluiría a la cultura y a las industrias comunicativas. Ante este conflicto múltiples sectores intelectuales demandaron al gobierno mexicano que deslindara institucionalmente dicha situación.³

Para despejar tales incertidumbres un conjunto de funcionarios del más alto nivel del Estado mexicano y de la clase política del momento expresaron sus posiciones y convicciones al respecto. Así, el presidente Carlos Salinas de Gortari indicó que esos eran “tiempos de cambio y reafirmación cultural, para sin chauvinismos ir al encuentro del mundo como Nación independiente”.⁴ La oficina de la Presidencia de la República destacó, por una parte, que la “apertura a los mercados mundiales y la participación en el concierto de las naciones nos obligaba a afirmar lo propio”;⁵ por otra parte, que el proyecto económico “no sólo se basó en el interés eficientista de sólo elevar la producción, sino de respetar la dignidad y las costumbres del país”;⁶ y por último, que en el “proceso

³ “La educación pública superior se pierde: Hay que defenderla. ¡Por un nuevo acuerdo social para la educación superior!”, en *Uno Más Uno*, México, D.F, 8 de octubre de 1991; “¿El TLC una amenaza para la cultura mexicana?”, en *La Jornada*, México, D.F, 8 de septiembre de 1991.

Ampliando las mismas demandas a América Latina en noviembre de 1991 la “Conferencia Latinoamericana Sobre el Tratado de Libre Comercio, la Iniciativa de las Américas y la Integración Latinoamericana”, a través de la “Declaración de México” solicitó en su octava conclusión que “era urgente la apertura y la profundización del espacio cultural latinoamericano, pues era la clave maestra y el alma de la integración regional. Ello, con el fin de preservar, enriquecer, y consolidar las raíces éticas y culturales de nuestros pueblos y naciones en el pleno respeto de su riquísima variedad; pero debía hacerse en la perspectiva convergente de perfilar sólidamente la identidad común de todos los latinoamericanos, garantía esencial de nuestra autoestima y de nuestro destino común. En esta perspectiva se exige que la educación, la cultura y la comunicación sean excluidas de cualquier acuerdo comercial que se estableciera con países ajenos a la región latinoamericana, señalando que cultura, educación y comunicación eran parte sustantiva del modelo de desarrollo y de integración respetuosa de la idiosincrasia y de la autodeterminación de los pueblos”. “Declaración de México”, Conferencia Latinoamericana Sobre el Tratado de Libre Comercio, en *La Jornada*, México, D.F, 21 de noviembre de 1991.

⁴ “Primacía y prioridad de la cultura”, en *Excelsior*, México, D.F, 25 de junio de 1991.

⁵ “Los retos entre México y EU los resolveremos mejor amparados en el encuentro de nuestras culturas”, en *Uno Más Uno*, México, D.F, 2 de octubre de 1990.

⁶ “Respetar dignidad y costumbres, no sólo elevar la producción: Salinas”, en *El Financiero*, México, D.F, 9 de agosto de 1991.

de interrelación de México con la economía más grande del mundo, nadie borraría nuestras fronteras”.⁷

El director de las negociaciones mexicanas del TLC, Jaime Serra Puche, secretario de Comercio, en repetidas ocasiones señaló enfáticamente que dentro de las gestiones efectuadas la cultura y los valores nacionales no serían afectados, ya que “la cultura no representaba un capítulo preocupante en las negociaciones del Tratado de Libre Comercio debido a que la cultura mexicana poseía una solidez que le provenía de la gran herencia cultural de los mexicanos”,⁸ o que “la firma del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá no menguaría la soberanía ideológica”,⁹ pues México contaba “con una herencia firme de 30 siglos de cultura que nutría nuestra identidad nacional, y por lo tanto, nuestras bases culturales no estaban en peligro”.¹⁰ En síntesis, en dichas negociaciones globales, “la cultura no era importante, y por consiguiente, no habría que preocuparse”.¹¹

El exsecretario de Relaciones Exteriores, Fernando Solana, comentó que “los mexicanos queremos ser cada vez mejores amigos de los Estados Unidos, pero jamás a costa de nuestros valores que determinan nuestra esencia y nos conforman como Nación”.¹² El subsecretario de la Secretaría de Relaciones Exteriores, Javier Barros Valero, expresó que nuestra identidad era irrenunciable, y por ello, ascenderíamos nuestra personalidad

⁷ “csg: Nadie borrar nuestras fronteras”, en *La Jornada*, México, D.F, 30 de septiembre de 1991.

⁸ “Culturalmente ¿Qué gana o que pierde México ante el TLC?” (Primera parte), en *El Financiero*, México, D.F, 14 de octubre de 1991.

⁹ “Los atrasos económicos y tecnológicos provocan la pérdida de soberanía e identidad”, Periódico *El Financiero*, México, D.F, 20 de junio de 1991; “No menguar el TLC soberanía, ni cultura: Serra Puche”, en *El Financiero*, México, D.F, 21 de junio de 1991. Esta posición llegó a tal extremo, que el titular de la Secretaría de Comercio, Serra Puche, declaró que en las negociaciones del Tratado de Libre Comercio el caso de la cultura era importante. Es más, indicó que dentro de éste contexto trilateral “no hablamos del problema de la cultura, sino de que haya programas. Tenemos nuestras restricciones los americanos y los canadienses las suyas. Lo que es cierto es que el cambio tecnológico está ocurriendo a una velocidad tal que ser muy difícil detener programaciones porque van a llegar por medio de antenas parabólicas. Entonces eso es cosa de sentarnos a ver este asunto con una actitud moderna”. “México no acepta un TLC con sólo buenas intenciones”, en *Excélsior*, México, D.F, 12 de septiembre de 1991.

¹⁰ “El síndrome de O.G. Mandino”, en *El Financiero*, México, D.F, 19 de junio de 1991.

¹¹ “Tratado de Libre Comercio o integración subordinada”, en *Excélsior*, México, D.F, 18 de agosto de 1991; “El TLC: ¿Una amenaza para la cultura mexicana?”, en *La Jornada*, México, D.F, 8 de septiembre de 1991; “Por el momento Estados Unidos dejó de lado el tema cultural”, en *El Financiero*, México, D.F, 26 de septiembre de 1991; “La educación pública superior se pierde. Hay que defenderla. ¡Por un nuevo acuerdo social para la educación superior!”, en *Uno Más Uno*, México, D.F, 8 de septiembre de 1991.

¹² Fernando Solana, “Nada a costa de nuestros valores”, Apertura de la VII Reunión Binacional México-Estados Unidos, en *Excélsior*, México, D.F, 8 de agosto de 1989.

cultural incrementando intercambios con otras naciones.¹³ El embajador de México en Estados Unidos, Gustavo Petricoli, observó que “el Acuerdo de Modernidad afectaba política, económica, e incluso, culturalmente a la sociedad mexicana, sin por supuesto perder nuestra identidad nacional”.¹⁴ La firma oficial de acuerdos internacionales por el gobierno mexicano fue la “Declaración de Quito” que formuló “que era imperativo el establecimiento de políticas nacionales de comunicación que resguardaran la pluralidad cultural, reafirmaran la soberanía nacional y movilizaran la participación de la comunidad”.¹⁵

El exdirector del Partido Revolucionario Institucional, Luis Donaldo Colosio, afirmó que en el marco de la globalización “México debía enfrentar cambios y transformaciones, pero siempre y cuando no se atentara contra los principios, valores o la propia integridad nacional”.¹⁶ El exgobernador de Michoacán, Jenaro Figueroa Zamudio, anunció que el establecimiento del Tratado Trilateral “no representaba riesgo alguno para que los mexicanos perdiéramos nuestra identidad cultural, sino al contrario era una oportunidad para que conservemos el patrimonio que hemos heredado”.¹⁷ El senador Miguel Alemán Velasco aseguró que la apertura comercial traería muchos beneficios como el “reforzar el estilo de televisión pública”.¹⁸

El exdirector del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Víctor Flores Olea, subrayó que era necesario descartar “absolutamente” que el TLC se convertiría en una amenaza para la cultura mexicana, por lo que ante el proceso de integración comercial de

¹³ “Nuestra identidad irrenunciable: Barros Valero”, en *Excelsior*, México, D.F, 11 de septiembre de 1991.

¹⁴ “El TLC nos afecta política, económica e incluso culturalmente: Gustavo Petricoli”, en *Excelsior*, México, D.F, 26 de junio de 1991.

¹⁵ Acuerdo firmado por el gobierno mexicano y otros 14 países de la región el 10 de marzo de 1989 en Quito Ecuador. “Declaración de Quito sobre el espacio audiovisual latinoamericano”, en Revista *Video Real*, No-5, Año 2, Lima, Perú, abril-mayo de 1989.

Esta posición de seguridad de nuestra identidad nacional ante el establecimiento del Tratado de Libre Comercio, no sólo fue compartida por las autoridades nacionales, sino también por algunas autoridades políticas latinoamericanas. Este fue el caso de Rafael Ángel Calderón Fournier, Presidente de Costa Rica, quien señaló que “nuestra identidad no estaba en peligro. Cada Nación mantiene las tradiciones que hicieron grandes a nuestros pueblos. Admiró como México ha defendido sus principios fundamentales y con ello, es un ejemplo para Latinoamérica”. “No peligra la identidad ante la globalización y el Libre Comercio”, en *Excelsior*, México, D.F, 16 de agosto de 1991.

¹⁶ “Cambios que no afecten valores e integridad nacional: Colosio”, en *Excelsior*, México, D.F, 21 de septiembre de 1991.

¹⁷ “El TLC no hará perder la identidad cultural a México: Genovevo Figueroa Z”, en *Uno Más Uno*, México, D.F, 9 de octubre de 1991; “No perder México su identidad cultural con la firma del TLC”, en *El Día*, México, D.F, 9 de octubre de 1991.

¹⁸ “La senaduría, al margen de los intereses de la TV: Miguel Alemán”, en *El Financiero*, México, D.F, 20 de junio de 1991.

nuestra sociedad con Norteamérica, no debíamos aferrarnos a nociones preconcebidas de identidad nacional.¹⁹ Finalmente, el director del Colegio de la Frontera Norte, Jorge Bustamante, sostuvo que “la integración no implicaba que el país perdiera sus patrones culturales”.²⁰

En el corazón de todos estos posicionamientos político-ideológicos a favor del TLC se inyectó la nueva concepción estratégica de la corriente “modernizadora” que sustituyó la cultura tradicional del nacionalismo mexicano creado después de la Revolución mexicana como una visión defensiva del territorio mexicano y la creación de un proyecto de desarrollo propio; por el nuevo pensamiento del “nacionalismo neoliberal” impulsado por el presidente Carlos Salinas de Gortari que formuló que la única forma de defender lo propio era abandonar las viejas mentalidades del pasado e incorporarnos a los nuevos procesos globales de integración y reorganización del mundo. Así, Salinas de Gortari expresó en su Tercer Informe de Gobierno que “el nacionalismo difícilmente puede expresarse hoy en los mismos términos del pasado. Ya no existe el mundo en el que se formó el Estado mexicano, ni el de las grandes guerras y la depresión de los años treinta, ni el mundo bipolar de la guerra fría. México, a pesar de sus muchas necesidades, ya no es la nación que busca integrarse, dispersa y rural, analfabeta e incomunicada, amenazada en su territorio [...]. Por eso, debemos rechazar las deformaciones que ven en el nacionalismo una propuesta sacramental, congelada, compuesta por políticas públicas de ayer, que hoy son ya inoperantes. También rechazamos el nacionalismo negativo como aquel que fue símbolo de Estados excluyentes y opresores en la Europa de los años treinta o como el que hoy sirve de bandera a regionalismos que dividen y desintegran”.²¹

“La opción no está entre las manifestaciones agotadas del nacionalismo o en el abandono y la entrega. Nacionalista es lo que fortalece a la nación y no es la añoranza de fórmulas y rasgos de otros tiempos que, en el contexto del mundo actual, lejos de robustecerla, la debilitan, la hacen más vulnerable, menos viable. El nacionalismo mexicano,

¹⁹ “Absolutamente” ninguna amenaza a la cultura en el Tratado: Flores Olea”, en *Excelsior*, México, D.F, 27 de septiembre de 1991.

²⁰ “La integración no implica cambio de identidad: Bustamante”, en *Excelsior*, México, D.F, 21 de junio de 1991; “Urge reestructuración en nuestra música”, en *Excelsior*, México, D.F, 18 de julio de 1991.

²¹ Carlos Salinas de Gortari, “Tercer informe de gobierno”, Presidencia de la República, Gobierno de México, México D.F, 1 de noviembre de 1991, p. 1, http://www.biblioteca.tv/artman2/publish/1991_57/Mensaje_del_Tercer_informe_de_gobierno_de_Carlos_S_73.shtml, consultado el 1 de mayo de 2014.

en nuestros tiempos y de cara al siglo xxi, heredero de principios derivados de la historia, tiene que modificar sus expresiones para asegurar el logro de cuatro principios fundamentales: la defensa de nuestra soberanía, el respeto a la libertad, la firme promoción de la justicia en el ámbito de una prosperidad general, cada vez mayor, y el desarrollo de la democracia”.²²

“Históricamente, el impulso del nacionalismo fue la respuesta a un desafío externo. Hoy, ese desafío está en riesgo de quedar fuera, al margen de los nuevos procesos integradores del mundo, de las grandes corrientes del intercambio y de los recursos; eso sería debilitarse y sucumbir”.²³

Por todo ello, “nuestra cultura no es, no puede, ni debe ser, un catálogo muerto o intocable de triunfos pasados, inamovibles; no puede pretender tampoco ser impermeable al intercambio con otras culturas, que hoy se aviva con la intensa comunicación. En la perspectiva histórica, nuestra cultura es dinámica y flexible, no rígida e inmutable; su profundidad y su densidad son tales que estas influencias la enriquecerán. Nuestra cultura es rica acumulación de experiencias y de vivencias; es el fruto del cambio y del contacto constante con otras culturas y con los rasgos disímolos, a veces contradictorios, de su propia diversidad y, en ocasiones, ha sido influencia decisiva para otros pueblos. Así se hizo nuestra cultura, con capas sedimentadas de muchos pueblos aborígenes y extranjeros, y es nuestra de manera inconfundible, como seguirá siéndolo en el cambio”.²⁴

En consecuencia, según la escuela del “nacionalismo neoliberal”, los nuevos retos del país eran buscar todos los mecanismos para que la sociedad mexicana se anexara velozmente a los procesos de integración del mundo externo, pues de lo contrario la nación quedaría fuera del “progreso” y eso significaría el quiebre del país.

LA CORRIENTE EN CONTRA

Aunque en la fachada gubernamental de la sociedad mexicana se presentaron múltiples declaraciones oficiales e institucionales que sostuvieron la intranscendencia de las repercusiones del acuerdo trilateral de libre intercambio sobre la estructura de

²² Carlos Salinas de Gortari, Tercer informe de gobierno, *op. cit.*, p. 1.

²³ *Ibid.*, p. 3.

²⁴ *Ibid.*, p. 2.

nuestra cultura y comunicaciones nacionales, en el fondo de la dinámica de la vida cotidiana se constató la gran preocupación de muchos sectores políticos, empresariales, sociales, intelectuales, sector público, académicos y otros más, por las serias consecuencias que representaba sobre nuestra base de identidad, reconocimiento y espiritualidad nacional este profundo fenómeno globalizador.

Dentro de los representantes de esta corriente figuraron, entre otros, Héctor Larios, presidente de la Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX), señaló que ante la presencia del Tratado de Libre Comercio “tenemos que reforzar nuestra identidad por medio de programas educativos y el fortalecimiento de los valores familiares para no sufrir la contaminación de las dos culturas: la norteamericana y la canadiense. Así, ayudaremos a que la juventud no se pierda en la drogadicción o en la desintegración de la célula social”.²⁵ El exdirector de la Confederación Patronal de la República Mexicana, Jorge Ocejo Moreno, subrayó que “por el Acuerdo podemos ser víctima, en el corto plazo, de nuevos sistemas de vida y de una transculturización que intente violentar o cambiar los valores tradicionales que nos han hecho existir como Nación”.²⁶ El presidente del Centro Empresarial de Jalisco, indicó que “como pueblo hispanoamericano enfrentamos una amenaza invisible al tener contacto con culturas sajonas, que pueden trastocar los valores que nos han distinguido como pueblo”.²⁷ El presidente de la empresa Consultores Internacionales, Julio A. Millán, testimonió que “los mexicanos no debemos perder de vista que estamos ante un embate brutal de un materialismo egoísta en general, y por lo mismo, no es necesario modificar el rumbo ni considerar el cambio como objetivo; sino que es un medio para alcanzar el desarrollo integral tan anhelado”.²⁸

El exprocurador de la República, Sergio García Ramírez, indicó que “ante la modernidad hay que conservar incólume una identidad que comienza a evadirse. Hoy, no se trata solamente de luchas militares o económicas, sino de un profundo trabajo del espíritu. La contienda ocurre en el campo de la cultura y con sus medios característicos. Ahí será donde nos ganemos o nos perdamos”.²⁹ El subprocurador de Procesos de la Procuraduría General de la República (PGR), señaló que ante los tiempos actuales de cambio

²⁵ “Reforzar nuestra identidad frente al TLC”, en *Excelsior*, México, D.F, 3 de junio de 1991.

²⁶ “Asechanza invisible sobre México”, en *Excelsior*, 11 de marzo de 1991.

²⁷ “En riesgo los valores culturales ante la apertura: Empresarios de Jalisco”, en *El Financiero*, México, D.F, 8 de julio de 1991.

²⁸ “Embate brutal del materialismo egoísta en general: Millán”, en *Excelsior*, México, D.F, 30 de agosto de 1991.

²⁹ “El dilema de México”, en *Excelsior*, México, D.F, 6 de junio de 1991.

“es necesario que la juventud mexicana defienda y consolide los valores nacionales, los familiares y los individuales que nos dan un rostro definido, propio y humano, y que son el patriotismo, la soberanía, la solidaridad, el espíritu de servicio, la honestidad y la lealtad”.³⁰

El rector de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), José Sarukán, aseveró que “sin pregonar nacionalismos aldeanos la mejor manera para que el país se integrara a un mundo como el de hoy, que exige el abatimiento de fronteras, es conservar su identidad, ya que en nuestras culturas residen nuestras mejores reservas”.³¹ Por ello, “frente al Tratado México el país debe reafirmar su identidad nacional y cultural, así como ampliar la base de investigación y desarrollo tecnológico”.³² La directora de publicaciones del Conaculta, Eugenia Meyer, expuso en las Consultas del Senado sobre el TLC que la apertura cultural “puede significar una seria amenaza a ciertos valores culturales, porque vamos a tener una penetración mucho más directa de formas de vida y de formas de ser que no son propias”.³³ La Facultad de Economía de la UNAM, el Sindicato Mexicano de Electricistas (SME), la Federación Nacional de Sindicatos Bancarios (FENASB), el Centro Nacional de Promoción Social (CENPROS) y la Central de Trabajadores Latinoamericanos (CLAT), quienes a través de la “Declaración de México” exigieron que “la educación, la cultura, y la comunicación deben ser excluidas de cualquier acuerdo comercial que se establezca con países ajenos a la región latinoamericana, pues cultura, educación y comunicación son parte sustantiva del modelo de desarrollo y de integración respetuosa de la idiosincrasia y de la autodeterminación de los pueblos”.³⁴

El notable investigador sobre cuestiones culturales, Guillermo Bonfil Batalla, manifestó que “lo que podría ocurrir con el TLC es que el Estado comience a considerar como gasto improductivo todo aquello que no estaba correlacionado directamente con la producción de una utilidad monetaria, como podrían ser el arte, la difusión de la cultura o la propia educación. Ante esta situación se podrían restringir sustantivamente los recursos

³⁰ “Detener y consolidar valores nacionales, pide Dávalos a jóvenes”, en *Excélsior*, México, D.F, 28 de septiembre de 1991.

³¹ “Preservar la identidad sin chovinismos: Sarukán”, en *Excélsior*, México, D.F, 9 de octubre de 1990.

³² “Reafirmar identidad nacional y ampliar la base de investigación del país: Sarukán”, en *El Financiero*, México, D.F, 24 de septiembre de 1991.

³³ “Culturalmente, ¿Qué gana o qué pierde México ante el TLC?”, (Tercera parte), en *El Financiero*, México, D.F, 16 de octubre de 1991.

³⁴ “Declaración de México”, en *La Jornada*, México, D.F, 21 de noviembre de 1991.

destinados a la promoción cultural, argumentando que se efectuaba para sanear las finanzas públicas”.³⁵

El director de la revista *Nexos*, Héctor Aguilar Camín, indicó que el Tratado nos afectará de tal forma que “en tres generaciones México será un país bilingüe de habla española.³⁶ El suplemento cultural “El Búho” editorializó que ante el TLC “no es posible descartar la posibilidad de que Estados Unidos con el peso de su cultura y su poderío económico, de una u otra manera, contribuya a deteriorar aún más los valores nacionales y la identidad del mexicano. Actualmente, es obvio que la penetración estadounidense es cada día mayor y que los esfuerzos mexicanos por contenerla son realmente mínimos”.³⁷ El escritor y Premio Nacional de Periodismo 1991, René Avilés Favila, escribió que “con la aceptación del Tratado de Libre Comercio México acelerar la pérdida de su identidad nacional y sus valores culturales. La invasión de la subcultura estadounidense aumentará, sin encontrar defensas por parte de un gobierno que de hecho ha renunciado a promover y a desarrollar sería y responsablemente la cultura nacional. El TLC no sólo entregará el país a dos poderosas economías, sino que también sacrificará, asimismo, su cultura nacional”.³⁸

El arquitecto Carlos Flores Marín declaró que el TLC crea un “nuevo mestizaje cultural, que lo enfrentaremos con el México dual, en donde los grupos marginados o débiles culturales serán presa fácil del enorme peso tecnológico que nos invadirá. Al TLC oponemos 30 siglos de culturas mexicanas, pero reconociendo que la historia no se cambia en un día, tenemos que aceptar la falta de un modelo cultural confiable, que ante su falta de calidad y jerarquía de valores, puede ser pulverizado en muchas zonas del país en las primeras marejadas”.³⁹ La fundadora del Comité Nacional de Artes Plásticas, Laura Elenes, argumentó que “la globalización económica exige que los mexicanos estemos alertas para defender nuestra identidad y ser los propios transmisores de nuestra cultura. La cultura es la única defensa para mantener viva nuestra identidad y enriquecer nuestra mexicanidad”.⁴⁰ El investigador especializado en la industria editorial Jesús Anaya, de-

³⁵ “Culturalmente, ¿Qué gana o qué pierde México ante el TLC?”, (Segunda parte), en *El Financiero*, México, D.F, 16 de octubre de 1991.

³⁶ “Las culturas aisladas perecen; sólo las comunicadas sobreviven: Fuentes”, en *La Jornada*, México, D.F, 20 de julio de 1991.

³⁷ “Consolidar la cultura nacional”, en *Excelsior*, México, D.F, 7 de julio de 1991.

³⁸ “El Tratado de Libre Comercio y la cultura”, en *Excelsior*, México, D.F, 10 de junio de 1991.

³⁹ “El TLC hacia un nuevo mestizaje cultural”, en *Excelsior*, México, D.F, 1 de septiembre de 1991.

⁴⁰ “Con el TLC necesario defender la mexicanidad”, *Agencia Notimex*, México, D.F, 5 de septiembre de 1991.

claró que “ante el Tratado de Libre Comercio la cultura y todo lo que tiene que ver con los bienes culturales es lo que más debería provocar una discusión y, sin embargo, es el debate más sordo, más silencioso y escondido que vivimos. Las consecuencias de ello pueden ser tan graves como esto: Si no pensamos en conjunto sobre qué puede suceder, no nos extrañemos que la próxima generación de mexicanos nos reclame porque nosotros vendimos nuestro país a los Estados Unidos”.⁴¹ El periodista Andrés Ruiz escribió que “ante el Tratado existe el peligro de que los Libros de Texto gratuitos desaparezcan al contar con subsidio del Estado mexicano, y por consiguiente, ser impugnados en los términos de la apertura por los industriales editores de los libros de texto estadounidenses. Esto sería una realidad ominosa que pone en cuestionamiento el espíritu del artículo tercero constitucional en lo referente a la gratuidad de la educación”.⁴²

El presidente de la Asociación de Nacional de Productores y Distribuidores de Películas Mexicanas, Rubén Galindo, precisó que “la apertura no será buena para la industria cinematográfica, pues los cineastas estadounidenses tendrán oportunidad de adquirir salas de exhibición de México para presentar sus materiales, mientras que las producciones mexicanas quedarán relegadas y en cierta forma sin un lugar donde proyectarse”.⁴³ El pintor Felipe Enrenberg expresó que ante el Tratado “los medios de comunicación deben ser un reducto importante para defender nuestra cultura e identidad nacional”.⁴⁴ Finalmente, el maestro Alberto Ortega V., declaró que “México no debería aceptar la inclusión de la cultura dentro del TLC porque habría riesgo de perder identidad nacional. Hay que dejar muy claro que nuestro país y los estados unidos tienen una cultura que los diferencia enormemente”.⁴⁵, etcétera.

Dramática transformación cultural del país que también fue compartida por otro amplio grupo de dirigentes públicos y privados nacionales e internacionales que plantearon la necesidad de abordar esta realidad con sumo cuidado y responsabilidad, evitando todo rasgo de frivolidades y superficialidades en su asimilación. Así, por ejemplo, el secretario de Educación Pública de Estados Unidos, Lamar Alexander, declaró que “el Tratado dislocará el sistema educativo de México y Estados Unidos en la zona fronteriza,

⁴¹ “Culturalmente, ¿Qué gana o qué pierde México ante el TLC?, (Tercera parte), en *El Financiero*, México, D.F, 16 de octubre de 1991.

⁴² “TLC discusión necesaria”, en *El Financiero*, México, D.F, 18 de octubre de 1991.

⁴³ “Para la industria filmica, el TLC ser negativo”, en *Cine Mundial*, México, D.F, 7 de octubre de 1991.

⁴⁴ “Los medios de comunicación reducto cultural para el TLC”, *Agencia Notimex*, México, D.F, 8 de julio de 1991.

⁴⁵ “El TLC no deberla incluir los servicios culturales”, en *El Universal*, México, D.F, 9 de octubre de 1991.

por lo que será necesario que ambos gobiernos instrumenten los programas que sean necesarios durante el periodo de transición para aminorar los efectos del acuerdo comercial”.⁴⁶ El primer ministro de Checoslovaquia, Vaclav Havel, expresó que ante el TLC “confío en que México no pague por su futura prosperidad perdiendo su único carácter cultural y erosionando su posición de primera fila en la región latinoamericana”.⁴⁷ El académico de la Universidad de Ohio, Erwin Epstein, sustentó que “la identidad mexicana podría ser debilitada por la influencia de la enseñanza impartida por instituciones biculturales y otros efectos de orden económico”.⁴⁸

II. LA CEGUERA DEL GOBIERNO MEXICANO

Pese a las diversas posiciones críticas planteadas insistentemente por múltiples sectores de la sociedad anunciando los peligros que existirían al incluir indiscriminadamente la cultura y la comunicación dentro del Tratado de Libre Comercio, lo asombroso fue que el gobierno del presidente Carlos Salinas de Gortari depreció completamente tales advertencias por considerarlas anacrónicas, alarmistas, desinformadas y contrarias al “progreso moderno”, y decidió incluir tales realidades superestructurales dentro del acuerdo. Por ello, a diferencia de Canadá, que no incluyó dentro del proyecto mercantil al sector de la cultura y de la comunicación, pues las contempló como zonas de “reserva cultural” del Estado canadiense y las protegió mediante “cláusulas de excepción” para no anexarlas, México sí incorporó tales actividades y las entregó a la dinámica de las leyes del mercado, especialmente monopólico transnacional.

Ante dicha realidad es prioritario analizar cómo el Tratado de Libre Comercio afectó la infraestructura cultural y de medios de comunicación en nuestra sociedad, para desde esta situación examinar las posibilidades concretas de construir el otro proyecto mental que permita el crecimiento material, psíquico y espiritual de nuestras comunida-

⁴⁶ “Dislocará el TLC los sistemas educativos de EU y México, sobre todo en la zona fronteriza”, en *El Financiero*, México, D.F, 9 de octubre de 1991; “Con el TLC se dislocar la educación fronteriza de EU”, en *La Jornada*, México, D.F, 9 de octubre de 1991; “Se dislocarán las instituciones educativas de la frontera con el TLC: Alexander”, en *El Sol de México*, México, D.F, 9 de octubre de 1991.

⁴⁷ “Consolidar la cultura nacional”, en *Excelsior*, México, D.F, 7 de julio de 1991.

⁴⁸ “El TLC podría debilitar la identidad del mexicano, advierte Erwin Epstein”, en *Excelsior*, México, D.F, 22 de octubre de 1991.

des ante el próximo milenio y no sólo facilite la acumulación de las empresas transnacionales, a costa de la riqueza nacional o de la devastación cultural del país.

III. ¿CÓMO AFECTÓ EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO A LA CULTURA Y LA COMUNICACIÓN?

Debido a la forma confidencial y altamente selectiva en que fueron conducidas las negociaciones del Tratado de Libre Comercio entre México, Estados Unidos y Canadá, quedaron muchas lagunas y confusiones informativas sobre la manera en que las bases culturales y comunicativas de nuestra sociedad fueron afectadas por la presencia de dicho acuerdo trilateral. Esto debido a que, en muchos casos, el Estado afirmó que las industrias culturales y todos sus complejos aledaños sí serían incluidas dentro de las negociaciones, y en otros aseveró rotundamente que no serían contemplados.

Frente a este horizonte independientemente de lo señalado por el gobierno, las realidades comunicativo-culturales del país que fueron afectadas por la acción del Acuerdo Trilateral de Libre Comercio se efectuaron en los dos siguientes niveles básicos: por un lado, se afectaron los aspectos reconocidos formalmente dentro del Tratado; y por el otro, se modificaron las actividades que quedaron oficialmente fuera de éste pero que se mantuvieron determinados esencialmente por la dinámica del libre mercado.

Así, por una parte, a partir de 1994 se transformaron directamente todas aquellas áreas comunicativo-culturales que quedaron puntualmente delimitadas en el texto definitivo del Acuerdo Trinacional de Libre Comercio para América del Norte.⁴⁹ Dentro de este campo el contenido final del Tratado señaló que los rubros y las formas legales en que quedaron modificadas las industrias de televisión, radio, cine, editorial y el patrimonio artístico y arqueológico, fueron las siguientes:

⁴⁹ Para profundizar sobre este aspecto, consultar "Tratado de Libre Comercio de América del Norte", Tomos I y II, Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI), Gobierno de México, México, D.F, 22 de noviembre de 1993, Tomo I, 343 pp., y Tomo II, 273 pp.

**CUADRO 1. IMPACTOS JURÍDICOS DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO
SOBRE LAS INDUSTRIAS CULTURALES MEXICANAS**

I.- RADIO Y TELEVISIÓN

RÉGIMEN LEGAL VIGENTE	CAMBIOS LEGALES CON EL TLC
Sector reservado a mexicanos o a sociedades mexicanas con cláusula de exclusión de extranjeros	Se permite hasta 49% de sociedades mexicanas con televisión por cable
Requiere concesión	Vigente
Requisitos sobre la utilización del idioma	Vigente
Obligación de emplear a un número mínimo de mexicanos	Vigente
Autorización de la Secretaría de Gobernación para locutores y presentadores extranjeros	Vigente

II.- CINEMATOGRAFÍA

RÉGIMEN LEGAL VIGENTE. CAMBIOS LEGALES CON EL TLC	CAMBIOS LEGALES CON EL TLC
Permiso de la Secretaría de Gobernación para la importación y la exhibición de películas extranjeras	Vigente
El 50% de pantalla esta reservado a películas mexicanas	El tiempo de pantalla para películas mexicanas pasa a 30%
Donación de una copia de toda película a la Cineteca Nacional	La donación se aplica a 2 de cada 5 películas importadas.
Uso de laboratorios mexicanos para procesar copias de películas extranjeras	Vigente

**MODIFICACIONES CON EL PROYECTO DE LEY
DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA**

Se conserva el requisito del permiso de la Secretaría de Gobernación para la importación y exhibición de películas extranjeras	Se incorporan los cambios de la nueva Ley de Cinematografía aprobada después de la aplicación del TLC
La proporción mínima para la exhibición de películas nacionales se reduce al 30% (el régimen vigente es de 50%)	Incorporar los cambios de la nueva Ley de Cinematografía aprobada después de la aplicación del TLC

III.- INDUSTRIA EDITORIAL

RÉGIMEN LEGAL VIGENTE	CAMBIOS LEGALES CON EL TLC
Inversión extranjera hasta el 49%	Inversión extranjera hasta el 100% sin necesidad de autorización de la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras
Inversión extranjera hasta el 100% con autorización de la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras (inclusive periódicos)	En periódicos (publicaciones diarias o por lo menos 5 veces a la semana), la inversión extranjera máxima es de 49%

IV.- COMERCIO DE BIENES CON VALOR ARQUEOLÓGICO O ARTÍSTICO

RÉGIMEN LEGAL VIGENTE	CAMBIOS LEGALES CON EL TLC
No es una industria cultural	Ninguno
La exportación de monumentos arqueológicos, históricos y artísticos está restringida	El artículo XX del GATT, incorporado al TLC, permite las restricciones en el comercio con objeto de proteger bienes declarados tesoros nacionales, de valor artístico, histórico o arqueológico. Por lo tanto el régimen actual continuó vigente

Fuente: Jaime Serra Puche, "Análisis sintético sobre la forma que el Tratado de Libre Comercio afectará a las industrias culturales en México". Reunión con intelectuales del área de la cultura nacional, México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 20 de agosto de 1992, 3 pp.

Sin embargo, por otra parte, y quizás la más importante, no obstante que aparentemente diversos ámbitos culturales y comunicativos no quedaron, expresa y directamente, incluidos dentro del Tratado de Libre Comercio, esto no significó que tales actividades no fueran influidas; al contrario, todas las tareas culturales cuyo diseño y dirección quedaron en manos de las fuerzas del mercado y ya no del Estado o de otros grupos civiles organizados, fueron drásticamente afectadas por el acuerdo mercantil. Es decir, el hecho de que no fueran incorporados con toda precisión jurídica diversos aspectos de la cultura y de las comunicaciones nacionales en el acuerdo trilateral, esto no significó, en lo más mínimo, que tales realidades quedaran exentas de su impacto; de igual forma fueron sustancialmente impactadas por las dinámicas globalizadoras que produjo dicho proyecto modernizador con el fin de crear las condiciones subjetivas para que éste

operara. Esto debido a que la principal esencia del TLC fue impulsar en todos los ámbitos de la vida el reinado de las leyes del mercado por encima de otras lógicas planificadoras u organizadoras para dirigir el desarrollo de la sociedad.

En este sentido, al no ser explícitamente consideradas la cultura y la comunicación dentro de la acción trinacional de libre mercado, no representó que éstas quedaran exentas de sufrir las consecuencias de la aplicación de este trascendental fenómeno pragmático de mercado; simplemente se realizó silenciosamente frente a nuestros ojos, como sucedió con la difusión de las series norteamericanas de televisión, la transculturización cotidiana de hábitos, la circulación de ideologías “modernizadoras”, el debilitamiento de la identidad nacional, la circulación de los valores transnacionales, la creación de una psicología consumista, la formación de una cultura chatarra, etc., de las empresas monopólicas y extranjeras ya existentes en nuestro país. En otros términos, al no incorporarse estas realidades en las negociaciones, no significó que se conservara y fortaleciera nuestro proyecto cultural interno de nación, sino que las grandes empresas oligopólicas, nacionales y transnacionales, amparadas por las nuevas “Doctrinas del Mercado”, continuaron con las manos libres para actuar sobre el campo de la conciencia colectiva, a través de los medios de comunicación, especialmente de la televisión, para modelar nuestra idiosincrasia con base en sus necesidades mercantiles de acumulación de capital.

De aquí la importancia crucial que tiene estudiar con todo rigor las características y el impacto de la aplicación de los principios del mercado sobre nuestra estructura de cultura y comunicaciones nacionales en la etapa de la globalización, pues es desde esta dinámica de mercado donde se realizó con mayor fuerza la gran transformación de nuestras cerebralidades colectivas de nación al finalizar el siglo xx e inicios del siglo xxi.

IV. TENDENCIAS CULTURALES E INFORMATIVAS DERIVADAS DE LA APLICACIÓN DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO

El establecimiento del Tratado de Libre Comercio en el país generó las mutaciones estructurales más profundas desde la época de la posrevolución hasta nuestros días en las estructuras financieras, políticas, sociales, agrícolas, laborales, tecnológicas, legales, etc., del país. Tales cambios, a su vez, transformaron los sistemas de vida, producción, competencia, intercambio, negociación, organización, trabajo, educación, etc., de la mayoría de la población nacional.

Sin embargo, dichas modificaciones no sólo impactaron la base económica y política de la sociedad mexicana, sino sobre todo repercutieron drásticamente en la estructura cultural, informativa, axiológica, emocional y espiritual de los pobladores de nuestra República. De esta forma, partiendo de los principios básicos de la Economía Política que sostienen que todo cambio generado a nivel de la infraestructura económico-material de una sociedad, ocasiona a mediano o largo plazo, transformaciones correlativas, de igual o mayor dimensión, en la superestructura ideológico-cultural, se observó históricamente en los últimos 20 años que con las mutaciones jurídico-materiales que introdujo el Tratado de Libre Comercio en el sistema económico del país se produjeron grandes transformaciones culturales paralelas muy profundas para que dicho proceso material pudiera cristalizar eficazmente en México. Así, constatamos que en la medida en que penetraron en el país nuevas empresas del sector comercial, servicios, automotriz, bancarias, alimenticias, telecomunicaciones, financieras, entretenimiento, seguros, deportivas, etc., paulatinamente se construyeron en la nación culturas sectoriales específicas que las legitimaron y contribuyeron a que estas ramas de la economía alcanzaran socialmente sus objetivos económicos, a costa de lo que fuera.

Pero no obstante el enorme cambio psico-mental-emocional que produjo la incorporación acelerada de la sociedad mexicana al proceso de la globalización, lo asombroso fue que dicho fenómeno no ha sido estudiado, ni evaluado, ni medido, ni sistematizado con profundidad por el Estado y los sectores críticos, sino que simplemente se implementó y se continúa aplicando automáticamente con las nuevas “reglas modernas” de la apertura, sin conocer a fondo las consecuencias que provocó y continúa ocasionando en la vida de la nación. Así, si en las últimas dos décadas en otras áreas como la industrial, financiera, comercial, agropecuaria, transportista, servicios, etc., el gobierno sí construyó un conocimiento preciso sobre las ganancias o pérdidas del TLC en tales ámbitos,⁵⁰ paradójicamente, en el terreno cultural y comunicativo, sin contar con análisis

⁵⁰ Por ejemplo en el 2013 el Estado mexicano fue capaz de medir que “las exportaciones de México hacia Estados Unidos pasaron de 43 mil millones de dólares en 1993 a 300 mil millones en 2013; y a Canadá, de 2 mil millones a 11 mil millones. Es decir, aumentaron 600 por ciento y 569 por ciento, en cada caso, ambas a una tasa media anual de 10 por ciento. Las importaciones mexicanas de esos países subieron de 45 mil millones de dólares a 187 mil millones, y de 1 mil millones a 10 mil millones, lo que representa un aumento de 313 y 738 por ciento, a un ritmo anual de 7 y 11 por ciento de manera respectiva”. “Lo más novedoso del TLCAN: La llegada impetuosa de China”, Revista *Contralínea*, México, D.F, 19 de marzo de 2014, <http://contralinea.info/archivo-revista/index.php/2014/03/19/lo-mas-novedoso-del-tlcan-la-llegada-impetuosa-de-china/>, consultado el 25 de marzo de 2014.

específicos,⁵¹ las autoridades dieron por benéficas todas las secuelas ideológicas que se generaron, sin preocuparse por examinar la erosión que generó sobre el proyecto identitario y cultural de la República nacional. Incluso, sin revisarse y modificarse su contenido, se renovó por otras décadas en la cumbre de Líderes de América del Norte entre el presidente Barack Obama de EE.UU., el presidente Stephen Harper de Canadá y el presidente Enrique Peña Nieto de México, celebrada el 19 de febrero del 2014, en Toluca, Estado de México, con el fin de mantener las ventajas competitivas de Norteamérica y posicionar esta región como una superpotencia dentro de la economía mundial, y con ello asegurar las inversiones extranjeras en el país.⁵²

Ante tal realidad histórica contundente, el problema actual ya no es preguntarnos 20 años después si aceptamos o no la globalización cultural e informativa que se impuso y atravesó todas las estructuras de la sociedad mexicana de finales del siglo xx y principios del xxi; ahora debemos reconocer, para bien o para mal, que al inicio del Tercer Milenio la globalización comunicativa es un hecho imparable en el cual ya estamos incorporados como sociedad y del cual no podemos desprendernos para aislarnos de la dinámica mundial. Por ello, dos décadas después de la práctica del TLC en nuestro país y de la firma de otros tratados con América del Norte, el Mercado Común Europeo, la zona de los Tigres Asiáticos y los mercados latinoamericanos, los cuestionamientos que debemos colocar en la reflexión estratégica contemporánea de comienzo del nuevo siglo, son las cuatro siguientes: ¿Cómo con la aplicación de las leyes del mercado del Tratado de Libre Comercio se transformó el esqueleto y la dinámica de nuestra cultura y comunicación nacionales? ¿Cuáles fueron las ventajas culturales que ganó la sociedad mexicana con la anexión al proceso globalizador? ¿Cómo podemos sobrevivir culturalmente como nación soberana en esta rápida reorganización cultural, ideológica e informativa que arrastró al mundo moderno con el severo proceso de globalización que se estableció a escala mundial? Finalmente, ¿qué se debe hacer en las próximas décadas para avanzar

⁵¹ Una prueba de la ausencia de información sobre las realidades culturales del país, se localiza en el hecho que apenas en el año 2012 el gobierno mexicano creó la primera cuenta satélite dependiente del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) destinada a elaborar estadísticas especializadas sobre el fenómeno cultural en México, con su correspondiente situación en la balanza de exportaciones e importaciones de bienes culturales, pero con muchas confusiones e imprecisiones en sus indicadores para medir con claridad la situación cultural de México.

⁵² "TLCAN van por más integración financiera y seguridad", en *El Economista*, México, D.F, 19 de febrero de 2014, <http://eleconomista.com.mx/industrias/2014/02/19/tlcan-van-mas-integracion-financiera-seguridad>, consultado el 25 de marzo de 2014.

hacia la formación de una “cultura orgánica nacional” que permita el desarrollo equilibrado del país y no el simple enriquecimiento de consorcios externos?

Dichos cuestionamientos nos permitirán construir diagnósticos y estrategias estatales y civiles paralelas que permitan enfrentar las consecuencias que generó el TLCAN, sin necesidad de abrir el acuerdo trinacional, pues esta posibilidad ya fue políticamente cancelada en la Cumbre de América del Norte.

Reflexionando sobre estos cuestionamientos, se puede afirmar que con la aplicación de las reglas de mercado del TLC sobre el terreno de la cultura y la información colectiva en México, especialmente sobre los medios electrónicos de difusión masiva, se ampliaron diversas tendencias estructurales que ya existían dentro de la sociedad y se incorporaron otras complementarias para eficientar el proceso de globalización trilateral.⁵³ De esta forma, tal acuerdo comercial ocasionó en las últimas dos décadas, entre otras, las siguientes 15 transformaciones estructurales sobre la sociedad mexicana:

1. *El retiro del Estado como rector de la cultura y la comunicación nacionales.* La mutación más grande que se produjo fue el retiro creciente del Estado mexicano como instancia rectora de los procesos de cultura y comunicación nacionales, para delegar su dirección a la dinámica del mercado bajo el simple mecanismo de acción de la oferta y la demanda informativa. Así, la rectoría del Estado en el campo de la conciencia de lo público quedó sustituida por la intervención de las leyes del mercado con su “mano invisible” de regulación natural, que no fue otra realidad que la acción de la “garra invisible” de los intereses de los grandes monopolios de la difusión sobre los procesos de la cultura, la conciencia y la identidad nacional.

De esta forma, ante el florecimiento en nuestro país en la década de los noventa de las tesis “modernizadoras” que promovieron el adelgazamiento, la privatización, el repliegue, la desregulación, la apertura y la transnacionalización de todos los ámbitos de lo público para impulsar el proceso de la globalización, se argumentó oficialmente, cada vez con mayor convencimiento, que la dirección cultural de la sociedad mexicana no debía conducirse por la acción interventora de políticas planificadoras del Estado-nación, sino que debía guiarse por el equilibrio “natural” y perfecto que produce el juego de los “libres” principios del mercado entre productores y consumidores culturales.

⁵³ Para ampliar más este punto consultar Javier Esteinou Madrid, “La comunicación y la cultura nacionales en los tiempos del libre comercio”, Editorial Fundación Manuel Buendía, México, D.F., 1993, pp 119-203.

Con ello, los sectores impulsores de la “modernidad globalizada” pretendieron desregular crecientemente al Estado para convertirlo en un simple “gerente eficiente” del capital, que construyera todas las condiciones estructurales necesarias para el funcionamiento eficiente del esquema de crecimiento neoliberal.

2. *La aplicación de la política del “laissez faire informativo”*. Para que el modelo de desarrollo modernizador se consolidara en México de los años noventa a la fecha, especialmente después de la implementación del TLC, fue indispensable la creación de una nueva “conciencia modernizadora” masiva que respaldara y afianzara las acciones de operación del mercado. Dicha conciencia generó, a nivel colectivo, a través de los medios electrónicos de difusión, las condiciones subjetivas necesarias para el funcionamiento de nuestra sociedad dentro de las nuevas relaciones competitivas del mercado mundial y de acumulación de capital a escala nacional y planetaria.

La esencia de esta conciencia modernizadora formuló que ante la nueva globalidad internacional para ser eficientes, especialmente en el terreno comunicacional, era necesario aceptar indiscriminadamente la propuesta de asimilar los principios del “laissez faire informativo” en el terreno comunicativo o cultural, o lo que fue lo mismo, asumir la mentalidad de que “lo que no deja dinero a nivel cultural, no sirve”. Bases que, llevadas a sus últimas consecuencias, en la práctica real ocasionaron que en vez de fortalecer nuestra cultura nacional en este periodo de globalización, ésta se flexibilizara, y erosionara más sus valores locales para incorporarnos “eficientemente” como comunidades y sin restricción alguna a la nueva estructura de “competencia” y de concentración de los mercados mundiales.⁵⁴

⁵⁴ Para analizar algunos de los efectos que produjo el impacto del modelo de mercado sobre las infraestructuras informativas de México en la etapa de modernización nacional, consultar María de la Luz Casas Pérez, “El Marco Jurídico y la Política de Comunicación Social en el Marco del TLC”, *Anuario de Investigación de la Comunicación*, número IV, Consejo Nacional Para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) y Universidad de Guadalajara, México, D.F., octubre de 1997, pp. 29-57; Roger Darío Sánchez Martínez, “Privatización de las Telecomunicaciones: Un Estudio Comparativo de las Regulaciones en el Sector de México y Chile”, *Anuario de Investigación de la Comunicación*, número IV, Consejo Nacional Para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) y Universidad de Guadalajara, México, D.F., octubre de 1997, pp. 57-73; Ma. de la Luz Casas Pérez, “Identidad Cultural y Medios de Comunicación: Una cuestión no resuelta para Canadá y para México”, *Revista Comunicación y Sociedad*, número 27, Guadalajara, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, mayo-agosto de 1996, pp. 89-111; Carmen Gómez Mont, “La Liberalización de las Telecomunicaciones en México. De un Sector Estratégico al Libre Juego de las Fuerzas del Mercado”, *Anuario de Investigación de la Comunicación*, número II,

3. *El reforzamiento del modelo de comunicación-mercado.* Con el debilitamiento del modelo de medios de servicio público que exigió el esquema de desarrollo del mercado, el sistema de medios comercial-privados se expandió notablemente en el país, llegando a ser éste el patrón dominante en nuestra atmósfera cultural, y con ello, se privatizó el campo de lo público. Es decir, en la segunda década del siglo XXI las políticas culturales públicas que se elaboraron en el país, cada vez más, se construyeron desde las necesidades privadas de la reproducción del capital, nacional y transnacional, que introdujo el proyecto de la globalización, y no desde las necesidades de avance y humanización de la población.

De esta manera, al iniciar el tercer milenio, la herencia que dejó el Estado neoliberal a la sociedad mexicana fue que actualmente se cuenta con menor infraestructura mental y comunicacional para crear la *cultura orgánica* indispensable que demanda el proceso de supervivencia social de nuestra República y posee mayor logística cultural mercantil para crear las condiciones subjetivas masivas para producir la “cultura rentable” que permite la realización del proceso del capital ampliado, a escala nacional y global. Así, al ser progresivamente regida la cultura y la información por las leyes del mercado, el proyecto de conciencia y de comunicación colectiva que se produjo en las últimas décadas en nuestra nación, a través de los medios de difusión masivos y de otras infraestructuras culturales, fue crecientemente una propuesta lucrativa vinculada con la dinámica de acumulación de capital.

4. *La comunicación como aceleradora del capital.* A partir de la aplicación de las reglas del Tratado de Libre Comercio sobre el sistema cultural, los procesos de comunicación se concibieron crecientemente como instrumentos aceleradores del proceso de realización de capital y no como herramientas para la elevación de la conciencia social y el cambio

Consejo Nacional Para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) y Universidad de Guadalajara, México, D.F., octubre de 1995, pp. 61-87; Delia Crovi Druetta (coord.), “Desarrollo de las Industrias Culturales en México y Canadá (Proyecto Monarca)”, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México, México, D.F., 1995, 280 pp.; Guillermo Bonfil Batalla, “Dimensiones Culturales del Tratado de Libre Comercio”, en *La Educación y la Cultura Ante el Tratado de Libre Comercio*, Gilberto Guevara Niebla y Néstor García Canclini (coords.), México, Editorial Nexos y Nueva Imagen, 1992, pp. 157-179; Carlos Monsiváis, “De la Cultura Mexicana en Visperas del Tratado de Libre Comercio”, en *La Educación y la Cultura Ante el Tratado de Libre Comercio*, op. cit., pp. 179-217; Mauricio de María y Campos, “Las Industrias Culturales y del Entretenimiento en el Marco del Tratado de Libre Comercio”, en *La Educación y la Cultura Ante el Tratado de Libre Comercio*, op. cit., pp. 235-299; Eduardo Nivón, “Propiedad Intelectual y Derechos de Autor”, en *La Educación y la Cultura Ante el Tratado de Libre Comercio*, op. cit., pp. 235-299; José Manuel Valenzuela Arce, “En la Frontera Norte de México: Tratado de Libre Comercio e Identidad Cultural”, en *La Educación y la Cultura Ante el Tratado de Libre Comercio*, op. cit., pp. 311-339.

colectivo con el fin de resolver los grandes problemas del crecimiento nacional. Esto contribuyó a producir una nueva valoración estratégica comercial del campo de las telecomunicaciones y de la industria audiovisual que desató una lucha nacional y continental por la concentración privatizada de las cadenas de difusión sin ningún precedente histórico en el país y la región.

5. *La comunicación como mercancía.* Para adecuar el espacio cultural de la sociedad mexicana a las nuevas necesidades del mercado que planteó el TLC, se alteró la concepción tradicional de la naturaleza de la actividad comunicativa que anteriormente la comprendía débilmente como un producto social y giró, con gran velocidad, a entenderla como una simple mercancía más que debía estar regida por los principios de la oferta y la demanda mercantil y no por otras lógicas sociales, como la del servicio público o los derechos comunicativos ciudadanos. A través de ello, el proceso de la comunicación se convirtió en un factor más del sistema económico y no en un elemento útil para la transformación de las cerebralidades colectivas, con el fin de encarar los conflictos que impiden el desarrollo de la República.

Así, se aplicaron las mismas reglas para vender alimentos, autos, vestidos, refrescos, jabones, etc., que a comerciar con bienes culturales como producción intelectual, películas, programas de televisión, publicidad, eventos de entretenimiento, etc., para apoyar al mercado trilateral.

6. *La obtención de la ganancia a corto plazo.* Con la supresión de aranceles y barreras comerciales, cada vez más se buscó obtener la ganancia a corto plazo a costa de lo que fuera. Mientras menor fuera el tiempo de recuperación de la inversión realizada, más atractivo sería el proyecto comunicativo o cultural a impulsar. Esto representó que las inversiones mayoritarias que se destinaron en el terreno cultural y comunicativo quedaran determinadas muy directamente por la rapidez de la recuperación de la ganancia económica, y no por otros criterios más humanos y equilibrados que requería la sociedad, y que anteriormente atendió parcialmente el Estado benefactor y que posteriormente fue desplazado o sustituido gradualmente por la dinámica del mercado, cada vez más desregulado.

Para entender la repercusión que tuvieron las leyes del mercado sobre el campo cultural es necesario tener presente que así como desde la década de los ochenta la aplicación intensiva de los principios de mercado al área forestal produjeron la devastación de los bosques de Morelia, Michoacán y muchos otros estados de la República, al practicarse una tala inmoderada y un saqueo ilimitado de las zonas verdes con el fin de ob-

tener ganancias veloces,⁵⁵ esta actitud de saqueo y depredación material también se tradujo con idénticas características al terreno de la cultura tradicional en el país. Por ello, al aplicarse con mayor fuerza los principios del mercado a nivel comunicativo a través del Tratado de Libre Comercio, se generó el incremento de una erosión mental de grandes dimensiones sobre las bases de nuestra estructura de identidad nacional y sobre la formación de la *cultura orgánica* que requerimos como sociedad para sobrevivir.

Los reducidos y débiles espacios de sostenimiento o de autonomía de las culturas locales que se alcanzaron se debieron a los esfuerzos meritorios que efectuaron las comunidades organizadas o las intervenciones ocasionales del Estado, pero no por la aplicación constante de la dinámica del mercado que más bien las devoró para incorporarlas a su proceso mercantil de acumulación de capital.

7. *El diseño de los procesos de comunicación social desde la dinámica de la reproducción del capital.* Con el lugar estratégico que el nuevo modelo de desarrollo modernizador le concedió al mercado para ser el eje fundamental que dirigiera y modelara los procesos sociales, éste se convirtió en el condicionante central del cual se derivó el origen, el sentido, las características y el destino de la producción cultural y comunicativa en nuestro país, especialmente a través de las industrias culturales. Es decir, de 1980 en adelante la verdadera reactivación del proyecto de comunicación y de la cultura nacional en México no surgió de la antiquísima demanda de los múltiples grupos sociales básicos del país por resolver las necesidades de comunicación social más apremiantes de la población, sino que se desprendió de la solución a las necesidades concretas de la incorporación acelerada de nuestra sociedad al mercado mundial, que no fue otra realidad que la adaptación cultural y emocional de nuestras comunidades al proceso de reactivación y ampliación intensiva del proyecto económico supertransnacional en la periferia.

8. *El uso de ideologías comunicativas modernizadoras para abrir las fronteras culturales.* Con el fin de ampliar más los márgenes de la acción transnacional sobre el campo de la cultura y la comunicación en el proceso de modernización que vivió nuestro país con el Tratado de Libre Comercio, los sectores promotores del modelo de mercado mundial sin fronteras recurrieron crecientemente al uso de dos ideologías neoliberales para legiti-

⁵⁵ “La Ley de la Oferta y la Demanda es la que debe regir al mercado”, en *El Financiero*, México, D.F, 13 de agosto de 1991; “Saquean industriales los Bosques de Michoacán”, en *Excelsior*, México, D.F, 24 de septiembre de 1991.

mar su avance y penetración en la periferia: la tesis del “Libre Flujo Internacional de la Información” y la ideología del “Acceso a la Modernidad Cultural”.

Así, por una parte, argumentando que en la “Era de la Información” el mundo se convirtió en una “aldea universal” a través de la expansión de las telecomunicaciones y el crecimiento de las redes de información, que ocasionaron que todas las culturas quedaran interrelacionadas entre sí, derrumbando las “fronteras culturales”, se revitalizó la tesis del “Libre Flujo Internacional de la Información” para ampliar las posiciones del capital en todos los ámbitos mentales. Justificación, que en el fondo, no fue otra cuestión que la legitimación de la fácil difusión y penetración de las imágenes transnacionales a todas las zonas del planeta para realizar negocios, pues son sólo las empresas multinacionales las que pueden competir intensamente a escala global.

Por otra parte, paralelamente se promovió la adopción de la ideología del “Acceso a la Modernidad Cultural” que en términos de concepciones de masas fue la visión que intentó homogeneizar la mayor parte de los campos de imaginarios sociales con base en los nuevos “reactivos” del consumo y del disfrute neoliberal para facilitar la expansión del mercado capitalista que exigió el nuevo proceso de concentración de capital a escala mundial. Así, surgió en el México moderno de la década de los ochenta y en adelante un nuevo autoritarismo simbólico que se basó en la cancelación de las riquezas, particularidades y diferencias de las diversas manifestaciones culturales de los grupos sociales, para dar paso a la formación de una nueva hegemonía ideológica de los monopolios locales y transnacionales en el campo de la cultura nacional. Con ello, se impuso un concepto de calidad, de estética, de modernidad, de progreso y de vida que partió de lo exótico, lo folclórico, lo anecdótico, lo menudo, lo casual, lo atomizado, lo espectacular, lo frívolo, lo adrenalínico, lo tecnológico, lo instantáneo, etc., marginando las especificidades de la profundidad, pluralidad y trascendencia que posee la milenaria cultura nacional que conforma a la República Mexicana.

De esta forma, las instituciones representantes del comercio internacional exigieron mediante sus acciones diplomáticas, políticas, económicas, y especialmente de mercado, que nuestros valores, mentalidades, e identidades nacionales se flexibilizaran y abrieran a la modernidad para “formar un mercado universal sin barreras o límites”,⁵⁶ a través de sus campañas de marketing hasta lograr que éstas se adaptaran de manera más favorable a su nueva dinámica de concentración material.

⁵⁶ Concepción del ex presidente norteamericano Ronald Regan.

9. *La desregulación y autorregulación creciente de las comunicaciones.* Al convertirse los procesos de comunicación en elementos estratégicos para la realización y reproducción del sistema económico, con la aplicación del TLC el gobierno y los concesionarios de los medios de información plantearon insistentemente que “en un mundo sistémico, sin fronteras, competitivo y globalizado, para que la dinámica del mercado se pudiera realizar se requería libertad de información. Por ello, no deberían ponerse más regulaciones que las necesarias a la libertad de expresión en México, so pena de caer en burocratismos extremos o lo que es peor, en la inoperancia de la ley. La sobre reglamentación se opone al avance económico”.⁵⁷

En consecuencia, se formuló que lo que se debía fomentar en las sociedades modernas crecientemente competitivas era el libre flujo de la información y no su restricción. Por lo tanto, el funcionamiento de los procesos de comunicación no debían reglamentarse con normatividades rígidas, sino sólo tendrían que crearse mecanismos muy flexibles que permitirían la autorregulación de los medios de difusión, como son los “Códigos de Ética”, los “Tribunales de Honor” y los “Reglamentos de Buen Comportamiento Profesional”, la “Autocensura”, etc., y evitar la existencia de complicados ordenamientos que inhibieran la inversión.

Con la propuesta de la desregulación del funcionamiento de los medios de información en México y su sustitución por los procesos de “autorregulación absoluta” por parte del gobierno y de los propietarios de los medios, progresivamente se cayó en la concepción liberal extrema de introducir la fórmula del “Estado Cero” en el terreno cultural y comunicativo para crear mayor “eficiencia” y “competencia”. Esta concepción planteó que la acción del Estado, cada vez, es menos necesaria como instancia rectora para dirigir a la sociedad, ya que la dinámica del mercado es tan perfecta que se puede autoconducir a sí misma por las leyes de la mano invisible de las lógicas del mercado. Así, se justificó que en materia informativa el Estado debe reducirse a su mínima expresión, es decir, a su “fórmula cero”, para dejar que la sociedad, especialmente los procesos culturales y comunicativos, fueran conducidos por otros mecanismos “naturales” de autorregulación del poder y no por intervenciones jurídicas regulatorias del poder republicano central.

⁵⁷ Emilio Nassar, “Palabras de clausura inauguración”, Presidente, Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRTV), *Símpoio sobre libertad de expresión y responsabilidad social*, Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRTV), World Trade Center, México, D.F., 21 de julio de 1998.

En esta forma, con esta mecánica el mercado por sí mismo resolvería todos los problemas culturales e informativos del país, por lo cual el Estado debía reducirse a una presencia minúscula en el ámbito comunicativo, con la menor intervención posible en el terreno público, para dejar que fuera la mano invisible de la oferta y la demanda la que organizara el proceso de comunicación y cultura nacional.

Dicha teoría y práctica económico-social demostró, a lo largo del siglo xx y principios del siglo xxi, su enorme fracaso y límites al reflejar, finalmente, que toda sociedad moderna para equilibrar los desajustes y las crisis que produce el funcionamiento autónomo o desbocado de la dinámica del mercado por sí misma, siempre requiere la presencia de un sólido Estado rector que introduzca acotamientos proporcionados para regular el comportamiento social. Es decir, para crear las mínimas condiciones de gobernabilidad, y por lo tanto, de soberanía en el México contemporáneo, es indispensable que todas las acciones públicas colectivas estén reglamentadas por la leyes generadas por el Estado, pues de lo contrario se producen las bases formales para el surgimiento de los grandes espacios de anarquía social.⁵⁸

Es por ello que la autorregulación de los medios de comunicación vía los Códigos de Ética y otros recursos morales o voluntaristas, son mecanismos colegiados muy útiles que pueden ayudar a garantizar complementariamente el funcionamiento de los medios masivos de difusión y de las iniciativas culturales, pero nunca deben operar como elementos únicos o independientes para normar y conducir socialmente dicha acción colectiva estratégica. Una tarea tan central para construir una sociedad democrática, equilibrada y participativa no puede quedar expuesta a los altibajos subjetivos, caprichosos o discrecionales de los intereses políticos del poder o sujeta a la dinámica voraz de la “mano invisible del mercado”, sino que debe ser reglamentada con toda exactitud por el interés colectivo y la concepción del servicio público, como cualquier otro derecho social básico, para garantizar su existencia y sana aplicación jurídica.

De lo contrario, siguiendo el razonamiento de la lógica autónoma del mercado por sobre el orden social regulado colectivamente con base en un orden civilizatorio, también

⁵⁸ Para ampliar el proceso de los excesos del mercado y la debilidad del Estado contemporáneo, revisar de Javier Esteinou Madrid, “El origen ético moral de la crisis del modelo de la *Economía Basura*”, en Revista *Mediaciones Sociales*, No. 5, *Revista de Ciencias Sociales y de Comunicación*, Sección de Comunicación, Grupo de Investigación Identidades Sociales y Comunicación, Facultad de Ciencias de la Información, Departamento de Sociología IV, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España, II° Semestre de 2009, pp. 123-174, ISSN Electrónico: 1989-0494, <http://www.ucm.es/info/mediars/MediacioneS2/Indice/indice.html>

podemos demandar que no existan reglamentos para organizar a los cuerpos de policía, pues las comunidades pueden autoregular espontáneamente sus delitos. No se requieren leyes para normar el servicio de recolección de basura, porque la sociedad por sí misma puede autoregular como tirar sus desperdicios orgánicos. No se requiere una legislación de comportamiento bancario, pues los banqueros se pueden autoregular a sí mismos en beneficio de la sociedad. No son necesarios los semáforos en los cruces viales de las ciudades, pues todos los conductores pueden respetar con cortesía el paso de los otros conductores. No es indispensable una legislación sobre la educación básica, pues cada ciudadano puede asegurar por sí mismo su formación educativa. No es necesario un reglamento fiscal, pues todos los ciudadanos pueden autoregular voluntariamente el pago de sus impuestos. No es necesario un protocolo urbano de recolección de la basura, pues todos los habitantes depositarán civilizadamente sus desechos en la modalidad y días indicados, etc. En suma, el Estado sale sobrando como órgano rector de regulación colectiva, pues la sociedad se puede autoregular espontáneamente a sí misma en todos los órdenes de la vida.⁵⁹

Es necesario recordar históricamente que todos los Códigos de Ética, los Tribunales de Honor, los Reglamentos de Buen Comportamiento Profesional, etc. que han existido

⁵⁹ Para ampliar este punto consultar Javier Esteinou Madrid, “El Derecho a la Información y la democratización del Estado Mexicano”, en *Revista Iberoamericana de Derecho a la Información*, No. 2, Año 1, Programa Iberoamericano de Derecho a la Información de la Universidad Iberoamericana y Fundación Manuel Buendía, Departamento de Comunicación, Universidad Iberoamericana, Plantel Santa Fe, México, D.F., septiembre-diciembre de 1998, pp. 59-81; Javier Esteinou Madrid, “El Estado mexicano y el Derecho a la Información: Autorregulación o reglamentación de la comunicación”, en *Anuario de Investigación de la Comunicación*, No. VI, Consejo Nacional Para La Enseñanza e Investigación de la Comunicación (CONEICC), Universidad Iberoamericana (UIA), Instituto Superiores de Estudios Tecnológicos de Monterrey, Campus Estado de México (ITESM), Guadalajara, Jalisco, México, marzo de 2000, pp. 77-95; Javier Esteinou Madrid, “Autorregulación del Periodismo: ¿Por qué se opone el Estado mexicano a la reglamentación del Derecho a la Información?”, en *Revista Chasquí*, No. 69, Revista Latinoamericana de Comunicación, Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina (CIESPAL), Quito, Ecuador, marzo de 2000, pp. 54-62; Javier Esteinou Madrid, “¿Autorregulación o Nueva Ley de Medios?”, en *Revista Mexicana de Comunicación*, No. 81, Fundación Manuel Buendía, A.C (FMB), México, D.F., mayo-junio de 2003, pp. 36-39; y Javier Esteinou Madrid, “El Derecho de Acceso a la Información y la Regulación de las Industrias Mediáticas en el México del Siglo XXI”, Premio: “Primer Lugar”, en “*Segundo Certamen Estatal de Ensayo en Materia de Transparencia y Acceso a la Información Pública*”, en Memorias del Segundo Certamen Estatal de Ensayo en Materia de Transparencia y Acceso a la Información Pública”, Instituto de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Quintana Roo (ITAI PQROO), Chetumal, Quintana Roo, México, marzo de 2009, pp. 7-61; Javier Esteinou Madrid, “Hacia la Regulación de la Videocracia en México”, en *Revista Electrónica Razón y Palabra*, No. 70, Año 4, “Relaciones Públicas”, Yanyn Rincón Quintero (coord.), Revista Electrónica Vía INTERNET, Primera Revista Electrónica Especializada en Comunicación en América Latina, Departamento de Comunicación, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Estado de México (ITESM), México, D.F., noviembre 2009-enero 2010, 66 pp., <http://www.razonypalabra.org.mx>

en el Estado y las agrupaciones de los informadores en México, han sido recursos éticos o morales totalmente insuficientes para abrir los archivos políticos y militares sobre la masacre estudiantil de 1968 y 1971; los archivos de los sacadólares que generaron una fuertísima devaluación del peso mexicano en el sexenio del Presidente López Portillo; los motivos por los cuales se cayó el sistema electrónico de cómputo en las elecciones presidenciales del sexenio del Presidente Salinas de Gortari en 1988; los sectores beneficiados ilegítimamente con el Fondo Bancario de Protección al Ahorro (FOBAPROA) en el sexenio del Presidente Ernesto Zedillo Ponce de León; los archivos especiales del “*Pemexgate*” y de los “*Amigos de Fox*” vinculados con apoyos irregulares en las elecciones presidenciales del año 2000; el evitar la difusión de publicidad mentirosa, especialmente, a través de los infocomerciales; el impedir la manipulación de la información en las industrias culturales electrónicas, particularmente en las fases electorales; la supresión de series televisivas, cada vez más, violentas y sangrientas para obtener un *rating* crecientemente más exitoso en la fase intensiva de apertura y competencia de mercados globales; etc.

Debemos considerar que la ética no puede sustituir o suprimir al derecho, sino sólo enriquecerlo y complementarlo. No se puede cambiar el orden del jurídico por la aplicación de un “eticómetro” de los concesionarios y empresarios de los medios de comunicación que es un instrumento subjetivo de buena voluntad, absolutamente frágil ante las fases de presión económica y política reales, como lo ha demostrado la historia de la comunicación nacional a lo largo del siglo xx y principios del siglo xxi: La mera existencia unilateral de mecanismos de auto regulación, solamente promueven la permanencia del viejo orden de la comunicación y de la cultura que no permiten el avance del país. Es la estrategia “moderna” del *status quo* para dar la imagen de cambio y en el fondo no transformar nada de su esencia unilateral para permanecer dominado.⁶⁰

10. *La comunicación salvaje*. Al quedar los procesos culturales del país regidos básicamente por los principios de la economía de mercado sin contrapesos y no por otras racionalidades sociales más equilibradas, la sociedad fue conducida hacia a un sistema de comunicación salvaje que produjo silenciosamente frente a nuestras narices una enorme crisis cultural, ética y moral. Proceso de comunicación bárbaro que se caracterizó por privilegiar lo superfluo por sobre lo básico; el espectáculo por sobre el pensamiento profundo;

⁶⁰ Ikram Antaki, “Foro sobre libertad de expresión y responsabilidad social”, *Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CINTR)*, World Trade Center, México, D.F, 21 de julio de 1998.

la evasión de la realidad por sobre el incremento de nuestros niveles de conciencia; la incitación al consumo por sobre la participación ciudadana; el financiamiento de los proyectos eminentemente lucrativos por sobre los humanistas; la cosificación de nuestros sentidos por sobre la humanización de nuestra conciencia; la visión reduccionista de la cultura de la complejidad y el fomento de la cultura *light*; la homogeneización mental por sobre la diferenciación cultural; la ideología del desperdicio por sobre las actitudes sustentables; el desperdicio consumista por sobre la cultura ecológica, etcétera.

Los pocos contrapesos mentales o culturales que se incorporaron en la sociedad mexicana en este periodo histórico —como fueron el hábito de la separación de la basura cotidiana, la verificación semestral de los automóviles, el cambio de aparatos eléctricos para consumir menos energía eléctrica, la sustitución de grandes sanitarios gastadores de mucha agua por modelos ahorradores de líquido, etc.— provinieron de propuestas urgentes del Estado para evitar realizar menos gasto público en su gestión de gobernabilidad, y no de la dinámica del mercado al cual dichas actividades no le interesaron por no ser altamente “rentables” desde los criterios econométricos.

Así, la aplicación de la dinámica de la “mano invisible del mercado” a los procesos de comunicación colectivos no construyó en nuestras comunidades un sistema de comunicación superior, sino un modelo de comunicación para el retroceso nacional y la anarquía civilizatoria. Por ejemplo, el impacto de esa cultura parasitaria dejó en el país la población con mayor obesidad y diabetes de todo el planeta, y la mayor práctica de cirugías plásticas femeninas de todo el mundo por no aceptar su propia identidad y desear identificarse con los prototipos de mujeres exitosas que promueve el imaginario expandido de la globalización.

11. *La transformación de los valores.* Así como el capitalismo mexicano para afianzarse en su fase de industrialización creó a mediados del siglo xx un tejido cultural consumista que con el tiempo se convirtió en la religión de las ciudades, desde la cual los individuos construyeron gran parte del sentido más profundo para vivir y se apoyó el modelo de acumulación material; ahora, al final del siglo xx, el “capitalismo modernizador” para consolidarse en su etapa neoliberal de apertura de fronteras requirió producir otros rasgos de la identidad nacional a través de una nueva estructura de valores, algunos de cuyos puntales fueron la desestatalización, la privatización, la desregulación, la globalización, la internacionalización, la supercompetencia, la tecnificación, el pragmatismo, la eficiencia maquinizada, la obsolescencia, la aceleración, etcétera.

Nueva estructura axiológica que se distinguió por cancelar los valores del antiguo “Estado del Bienestar” nacional generado a partir de la Revolución de 1910, e introducir los valores del “Estado neoliberal” que mantiene como centro de gravedad el “laissez faire, laissez passer” del proyecto de acumulación ampliada en el campo de la comunicación, la cultura, la conciencia y el espíritu. De esta forma, con el proceso de globalización se intensificó la proliferación de diversos órdenes y expectativas pragmáticas del conocimiento y de la vida. En particular, “se dio un mayor énfasis científico y tecnológico en nuestra tradición intelectual; que hasta el momento ha sido más propicia a la influencia de la cultura humanista y jurídica”.⁶¹

De esta manera, a partir de la aplicación del proyecto neoliberal en la sociedad mexicana se enfrentó a la redefinición y cambio profundo de nuestra identidad psíquica, cultural y humana como sociedad pluriétnica y pluricultural, para ahora incorporar otros marcos de cosmovisión y de prácticas de la existencia desde las premisas de la “modernidad neoliberal”. Bases de visión de la vida y del espíritu que mayoritariamente tienden a ser la mirada de la reproducción ampliada del capital a escala planetaria.

En este sentido, podemos decir que en las entrañas de nuestra vida cotidiana hoy estamos ante el silencioso embate de nuestras culturas y diferencias ideológicas tradicionales para reacomodarlas o destruirlas dentro del nuevo esquema de división del mundo por modernos bloques hegemónicos. Recomposición mental que gradual y silenciosamente está unificando los campos imaginarios, las aspiraciones profundas y las cosmovisiones de los seres a través de la construcción de un nuevo concepto de relaciones humanas, de placer, de triunfo, de trabajo, de felicidad, de moral, de religión, de etnia, etc., en una idea, de un nuevo sentido y estilo de vida determinado por las nuevas exigencias de maduración del comercio mundial. Situación que se condensa en la creación del nuevo “México imaginario” de la fase de la globalización mundial, que se opone al “México profundo” y real de la segunda década del siglo XXI.

Ante este panorama, es conveniente considerar que si la historia de la publicidad en México a lo largo de los últimos 40 años demostró que con tal de vender las mercancías para acelerar el proceso de circulación del capital, esta política estuvo dispuesta a banalizar e incluso prostituir finamente la imagen de la mujer para presentarla fundamentalmente como un objeto de uso sexual; a añadirle cualidades falsas o “fetichizar” los pro-

⁶¹ “Las culturas aisladas perecen; sólo las comunicadas sobreviven: Fuentes”, en *La Jornada*, México, D.F, 20 de julio de 1991.

ductos para hacerlos más atractivos; a crear necesidades artificiales en los consumidores para alentar la compra; a hacer creer que el valor de las personas se deriva de la marca que eligen y no en el porcentaje en que se conocen a sí mismos; a impulsar que el éxito de los individuos se da en la medida en que se acumulan pertenencias y no en el grado en que se es humano; a modificar la identidad nacional para revalorarse socialmente a través de la adquisición progresiva de más productos transnacionales, etc.; ahora, al entrar intensivamente en la fase de desarrollo de “libres fronteras” se construirá masivamente a través de las industrias culturales una visión del hombre y de la vida cada vez más condicionada por los requerimientos de expansión y fortalecimiento del mercado universal y no de la humanización de los individuos.

De aquí la importancia estratégica en plena globalización de rescatar y reforzar nuestra base de identidad cultural para incorporarnos de manera firme a los nuevos cambios inevitables que plantea el drástico reordenamiento económico, político y cultural del mundo contemporáneo.

12. *Surgimiento del neoconsumo nacional.* Motivado por la necesidad de movilizar el enorme flujo de mercancías que acceden al país por la apertura de fronteras comerciales a través del Tratado de Libre Comercio, se produjo en nuestra República una nueva mentalidad neoconsumista que actúa como cemento ideológico que articula a todas las clases sociales en una sola práctica: el neoconsumo. Dicha ideología se caracterizó por difundir intensamente la propuesta que planteó que para ser modernos, estar al día y mantenerse adaptados a la permanente dinámica de cambio que se vive en el mundo, hay que consumir constantemente los nuevos productos, especialmente extranjeros, que produce la modernidad. De esta manera la nueva ecuación social formula la concepción: consumo, igual a progreso social.

Con ello, las leyes internacionales del nuevo patrón de acumulación de capital que se gestaron y que permearon todos los niveles de nuestra sociedad, exigieron en la esfera cultural que el alma colectiva que se construya en el país a través de los canales electrónicos de información se base en una visión de la vida más cosificada y transnacionalizada que nos lleve a saber cada vez más del gran mundo externo y cada día menos de nosotros como República y como personas. En una idea, a lo largo de este periodo de libre comercio se buscó producir culturalmente en México a los “hombres universales” y a los “ciudadanos del mundo”, capaces de consumir cualquier mercancía elaborada por los acuerdos comerciales de los nuevos bloques hegemónicos y a adquirir mayor identidad a través de ello.

13. *la anarquía cultural*. La aplicación de la dinámica de la “mano invisible” del mercado sobre los procesos de comunicación y cultura generó en la sociedad mexicana un fuerte desorden informativo que produjo silenciosamente una gran anarquía cultural al permitir que la sociedad esté altamente informada sobre lo secundario y no sobre lo fundamental para sobrevivir. Esta anarquía cultural acelerada por la dinámica del mercado creó un caos en la conciencia colectiva que ocasionó que la energía social se concentre en los procesos psico-mentales-emocionales de la superacumulación material del capitalismo contemporáneo e impidió que se resuelvan como sociedad los grandes problemas nacionales que nos impiden crecer.

14. *La crisis ético-moral*. Con la acumulación de estas tendencias culturales que produjo la dinámica del mercado sobre los medios de comunicación, se generó en el seno cultural del país una profunda crisis ético-moral que es más fuerte que la crisis económica y política y que está provocando a largo plazo el silencioso colapso de nuestra sociedad. Es decir, al examinar el origen de la crisis nacional que hemos vivido en el país, observamos que tradicionalmente se privilegió, casi con exclusividad, las explicaciones estructurales de carácter económico y político que produjo este fenómeno; y se olvidó que detrás de dichos factores infraestructurales existe una drástica crisis de cultura y de valores nacionales que es la que, en última instancia, provocó el colapso de nuestra sociedad. En este sentido, podemos afirmar que, por debajo de la crisis de desarrollo material que experimentó nuestro país, existe una severa bancarrota ético-moral que está produciendo el proceso de decadencia de nuestra República como pocas veces se ha presentado en toda la historia de México.⁶²

Es por ello que, al olvidar o renunciar a que la ética y moral fueran el alma de nuestra dirección nacional, permitimos que el proyecto salvaje de la acumulación de capital a escala mundial, promovido por la ideología de la modernidad neoliberal, especialmente a través de los medios de difusión colectivos, actuara como las fuerzas que rigieran la dinámica cotidiana de nuestra sociedad. Con ello se creó un proceso colectivo de descomposición de los valores y códigos sociales elementales que hacen posible la convi-

⁶² Javier Esteinou Madrid, “Crisis económica-política, cultura y reforma moral”, Octava Semana de la Investigación Científica, *Cuadernos de Extensión Universitaria*, Coordinación de Extensión Universitaria, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco (UAM-X), México, D.F., octubre de 1998, pp. 173-177; y Javier Esteinou Madrid, “Crisis, valores y reforma moral” (tres partes), en *Excélsior*, México, D.F, 3 de septiembre de 1996.

vencia comunitaria y se generó una sociedad profundamente enferma que, cada vez más, pierde su capacidad mental analítica para retomar su auto dirección equilibrada.⁶³

De esta forma, al incorporarse México aceleradamente al proceso de modernización internacional, se construyó en el país un nuevo sistema de “valores” que engendró una cultura de la deshumanización y no del avance de la persona. Así, constatamos que un conjunto de antivalores como el individualismo, el culto al ego, la ganancia monetaria a corto plazo a costa de lo que sea, la avaricia, el consumismo ilimitado, la codicia sin freno, el placer irrestricto, la obsesión por la acumulación, etc., ahora son presentados por nuestro decadente sistema cultural, especialmente difundido por los medios de información electrónicos, como los nuevos “valores” modernos que hay que perseguir e imitar para tener éxito y aceptación social.⁶⁴

El gobierno creciente de este complejo sistema de antivalores nacionales creó una reforzamiento de la cultura de la acumulación materialista que está exterminando todas las relaciones de armonía y de formas de vida en nuestro territorio y en el planeta. Así, cada vez más, disfrazada de moderna, avanzada y competitiva, se reforzó en nuestra sociedad la presencia de la “cultura de la muerte” que mina todas las relaciones básicas de convivencia del hombre con su entorno y que evita la construcción de una cultura de la paz para sobrevivir.⁶⁵

La presencia de esta devastación cultural que enfrentó la sociedad mexicana a principios del siglo XXI, reflejó que no asistimos a un simple reajuste cíclico o coyuntural más de las estructuras económicas, políticas o culturales de nuestra sociedad, sino que ahora experimentamos una profunda crisis de civilización, que tiene su origen en el deterioro de su fundamento ético-moral.

15. *El debilitamiento cultural del Estado mexicano.* Frente al panorama de creciente globalización cultural que vivió la sociedad mexicana en los últimos 20 años, debemos tener presente que por la irresponsabilidad que se mostró al no planificar con fines colectivos el uso de los medios electrónicos en las últimas tres décadas, la falta de voluntad política para formar desde los canales masivos una cultura para el desarrollo, la debilidad de los gobiernos pos cardenistas para defender la cultura nacional, la complicidad

⁶³ Javier Esteinou Madrid, “Crisis económica-política, cultura y reforma moral”, *op. cit.*, pp. 137-177.

⁶⁴ *Idem.*

⁶⁵ *Idem.*

de las autoridades públicas ante la penetración del proyecto transnacional en el terreno psíquico, la desarticulación global que vive el proyecto cultural gubernamental y el retiro sustancial de la presencia del Estado del campo de la comunicación colectiva para que ésta sea conducida mayoritariamente por el mercado, hoy el Estado mexicano perdió un enorme terreno para formar, a través de las industrias electrónicas, un fuerte nacionalismo, una sólida identidad y cohesión nacional que sirvieran como punto de despegue para el proyecto de crecimiento interno.

Ante esta realidad comunicativa observamos cotidianamente la presencia de un Estado mexicano crecientemente más débil, pues no cuenta con un proyecto plural democratizador para la rectoría de los medios de comunicación electrónicos y de la cultura nacional en la fase de la globalización, sino que el mismo los ha abandonado, mayoritariamente, a los caprichos tiranos de las “libres fuerzas del mercado” interno y externo. Por ello, ante la privatización progresiva y el financiamiento endeble de los medios de comunicación públicos, hoy somos crecientemente testigos de la derrota del proyecto cultural del Estado y de la sociedad civil en el terreno cerebral para mantener y ampliar el programa de identidad y democratización nacional a través de la superestructura audiovisual de la República.

Por consiguiente, se puede pensar que la dirección cultural de la sociedad mexicana, especialmente de las clases medias metropolitanas, es realizada, progresivamente, desde las industrias audiovisuales, particularmente, de carácter transnacionales. Situación que en la medida en que se consolide llevará al país a una mayor dependencia estructural del exterior y en algunos casos a la parálisis cultural del proyecto de conciencia interna de nuestra nación, pues los espectadores conocemos más sobre lo secundario y no sobre lo central para nuestro desarrollo. Realidad que en el grado en el que se afiance acentuará nuestra crisis nacional, y por consiguiente, ahondará nuestro estado generalizado de infelicidad humana.

En este sentido, desde este horizonte presenciamos que contrariamente a las tesis modernizadoras del Estado mexicano que planteó que éste se desregularía y se privatizaría para ya no ser más un Estado propietario, sino una entidad orientadora y directora de la sociedad; en la práctica real del Tratado de Libre Comercio en el terreno cultural el Estado se convirtió en una entidad progresivamente más endeble, es decir en un simple “gerente oficial” de los oligopolios comunicativos, que no tiene capacidad para dirigir mentalmente a la sociedad mexicana hacia un proyecto cultural propio que permita la creación de una “cultura orgánica” para el desarrollo autónomo de la República.

Bajo esta perspectiva, podemos decir “que el México Profundo está de nuevo bajo el riguroso control del México Imaginario que, como pocas veces, ha hecho suyo el proyecto de las potencias dominantes. Sin embargo, ese *México Profundo* sigue vivo y su contradicción con el *México Imaginario* no ha desaparecido, sino todo lo contrario se ha agudizado”.⁶⁶

De aquí, la importancia central de preguntarnos en el marco de la globalización mundial: ¿cuál debe ser el papel del Estado mexicano para construir una política de comunicación y cultura colectivas que permita el avance de nuestra nación y no la simple subordinación subjetiva al modelo internacional de la acumulación de capital?

V. ¿QUÉ HACER?: HACIA LA FORMACIÓN DE UNA NUEVA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN EL MARCO DE LA GLOBALIZACIÓN

El modelo de desarrollo modernizador que gradualmente adoptó México en sus estructuras culturales y comunicativas al final del siglo xx y principios del siglo xxi con el Tratado de Libre Comercio para incorporarse al nuevo orden mundial surgido después de la guerra fría, basado mayoritariamente en el supuesto del “poder regulatorio mágico” de la “mano invisible” del mercado para dirigir la participación social, comprobó en una década sus enormes limitaciones y las bárbaras deformaciones humanas que produjo. Ejemplo de ello fue la drástica devaluación del peso, la brutal fuga de capitales, el colapso agropecuario, la bárbara destrucción ecológica en todo el territorio nacional, la incontenible corrupción, el sensible avance de la violencia, la penetración del narco-poder, el agudo desempleo, la marcada reducción de nuestro nivel de calidad de vida, la reducción del futuro de la juventud, el aumento de la incredulidad institucional, la crisis de esperanza de la juventud, el vacío colectivo del sentido de la vida, etcétera.

Por ello, después del fracaso de dicho modelo ahora se requiere la búsqueda e implementación de nuevas políticas, especialmente de cultura y comunicación, para lograr la participación de la sociedad a través de otros procesos de información y contribuir,

⁶⁶ “El México Profundo sigue vivo”, en *Excélsior*, México, D.F, 31 de julio de 1991.

con ello, a resolver las agudas contradicciones mentales que limitan el crecimiento equilibrado de nuestra nación.⁶⁷

En este sentido, es fundamental sustituir dentro del contexto de la modernidad la idea de crear un “Estado Mínimo” o “Ultra Mínimo” en el área cultural de México a través de la adopción indiscriminada de la política del “laissez faire informativo”, para introducir ahora la concepción estratégica del “Nuevo Estado Básico para la Supervivencia Social”, sin el cual no podrán construirse un orden civilizatorio superior que mantenga

⁶⁷ Algunas de las contradicciones que se reflejan entre el nivel de conciencia y el proyecto de desarrollo nacional se manifiestan en la oposición creciente que se establece entre formación de la conciencia nacional y la difusión de los contenidos de los medios de comunicación, particularmente electrónicos, en México. En este sentido, debido a la cultura paralela que han formado los medios electrónicos de difusión en México en las últimas décadas, se observa que los niños mayores de seis años conocen más la información televisiva que la transmitida en la escuela primaria o otros órganos culturales. Por ejemplo, en el terreno de la realidad nacional el 77% de los pequeños retienen más frases como “La chispa de la vida” o “Recuérdame” y sólo el 49% conserva otras como “¡Viva la Independencia! o “La solución somos todos” o “El respeto al derecho ajeno es la paz”. De igual manera, mientras que casi la totalidad de los niños (92%) retiene la imagen del Gansito Marinela, menos de dos terceras partes (64%) identifica la Columna de nuestra Independencia o al cura Hidalgo. El 63% de los niños asocia fácilmente el tema de la tarjeta de crédito “Carnet” y sólo el 43% reconoce la frase “El respeto al derecho ajeno es la paz”. En resumen, observamos que de cada diez personajes que los niños identifican, sólo tres son de la historia de México.

En el campo de la historia, el 67% de los niños identifican los días y horarios en que se transmiten sus programas favoritos de televisión, mientras que sólo el 19% enuncia las fechas en que ocurrieron los acontecimientos más significativos de la historia nacional. Los super héroes de la televisión como “La mujer maravilla”, son más conocidos por los pequeños (98%) que los héroes de la Revolución mexicana (33%). “El Chapulín Colorado” es más evocado por los infantes (96%) que los Niños Héroes de Chapultepec (82%). “Supermán” está más presente en la mente de los pequeños (97%) que Don Benito Juárez.

En materia religiosa, no obstante que nuestra sociedad es acentuadamente católica, más de la mitad de los niños (56%) conoce el día en que se transmitía “Hogar dulce hogar”, mientras que sólo el (86%) recuerda el día en que se celebra la Navidad. Mientras el 55% de los niños puede decir qué día se difundía el programa “Mis huéspedes”, sólo el 32% sabe la fecha en que se celebra la fiesta de la Virgen de Guadalupe. Los pequeños identifican mejor el logotipo de “Sabritas” (86%) que una ostia (46%).

En el área cívica, el 87% de los infantes conoce los días en que se transmiten los programas cómicos y sólo el 13% sabe la fecha en que toma posesión el Presidente de la República. Sólo el 8% conoce la fecha en que el primer mandatario rinde su informe anual, mientras que el 61% sí puede decir el día y la hora en que aparecen las series fantásticas. El 83% de los niños identifica el logotipo de los pastelitos rellenos y sólo el 63% conoce el Calendario Azteca. Mientras que el 81% de los pequeños evoca el logotipo de los productos “Marinela”, sólo el 66% identifica el escudo nacional. Las tres cuartas partes (77%) de los niños identifican la imagen de Chicles Adams y menos de una quinta parte (17%) reconoce el Monumento a la Revolución. Finalmente, el logotipo de los chocolates “Carlos V” es más reconocido (77%) que el Monumento del Ángel o la columna de la Independencia (40%). “La televisión y los niños. Conocimiento de la realidad televisiva v.s. conocimiento de la realidad nacional”, *Cuadernos del Consumidor*, Instituto Nacional del Consumidor (INCO), México, D.F., noviembre de 1982.

Este problema de identidad se agrava crecientemente en la medida en que se avanza en la aplicación de los principios de mercado del Tratado de Libre Comercio sobre la comunicación colectiva nacional y se acentúa el debilitamiento de la política educativo-cultural del Estado Mexicano.

las condiciones elementales de la convivencia pacífica en comunidad, especialmente en la medida en que en el país somos crecientemente sociedades de masas cada vez mayores.⁶⁸ “Nuevo Estado Básico para la Supervivencia Social” que no se limite a ejercer la labor meramente vigilancia policiaca, de atención a las urgencias inmediatas, de cubrir el servicio de recolección de basura, asistencia de los bomberos, administración burocrática, etc., sino sobre todo que haga posible la participación democrática de la población en los procesos orgánicos de creación de cultura y comunicación colectivos. Es decir, una comunicación de Estado al servicio del hombre y no el hombre al servicio del mercado, vía la información.

Debemos recordar que ya en el siglo XIX las profundas alteraciones que produjo el funcionamiento autónomo del mercado autoregulado en México generaron tantas contradicciones sociales que dieron origen al capitalismo salvaje e hicieron indispensable el surgimiento del Estado Benefactor para corregir dichos antagonismos insostenibles. Por ello, desde principios del siglo XX se intentó sustituir la lógica de la supremacía del mercado, por otra lógica más sensible y humana de justicia y participación social.⁶⁹

Incluso, constatamos que las principales naciones que impulsaron el modelo neoliberal del “Estado Mínimo” en los años ochenta cómo fueron los gobiernos de Ronald Regan en Estados Unidos y de Margaret Thatcher en la Gran Bretaña, a mediados de la década de los noventa. fueron corregidos drásticamente por los respectivos gobiernos de William Clinton en Norteamérica y de John Major en Inglaterra para fortalecer de nuevo al Estado Benefactor y resolver las grandes contradicciones que produjeron la aplicación irrestricta de las leyes del mercado en estos países. Dicha neointervención del Estado planteó ajustar el rumbo autónomo del mercado a través de una acción más activa de éste en la gestación de las macro políticas de crecimiento, pero no supone suprimirlo.⁷⁰

⁶⁸ “En el TLC el mercado fijará precios a los básicos”, en *Excélsior*, México, D.F, 27 de marzo de 1992; “¿De qué sirve la democracia si pervive el mercantilismo en América Latina?”, en *Excélsior*, México, D.F, 3 de junio de 1992; “Está en duda que el mercado solucionará mágicamente los problemas económicos”, en *El Financiero*, México, D.F, 26 de noviembre de 1993.

⁶⁹ “La lógica del mercado”, en *El Financiero*, México, D.F, 4 de agosto de 1992; “Regula la existencia de la sociedad”, en *Excélsior*, México, D.F, México, D.F, 31 de mayo de 1992; “Base del Estado corporativo”, en *Excélsior*, México, D.F, 2 de junio de 1992; “Intervencionismo del Estado. Orígenes y modalidades del Estado”, en *Excélsior*, México, D.F, 3 de junio de 1992; “Izquierda y totalitarismo. Orígenes y modalidades del Estado”, en *Excélsior*, México, D.F, 4 de junio de 1992; “La teoría del Estado. Orígenes y modalidades del Estado”, en *Excélsior*, México, D.F, 5 de junio de 1992.

⁷⁰ “El retiro del Estado impone retos capitales al neoliberalismo”, en *Excélsior*, México, D.F, 28 de septiembre de 1993; “El cambio debe ser garantía de justicia”, en *Excélsior*, México, D.F, 28 de septiembre de 1993; “La nueva cara del regulador económico”, en *Excélsior*, México, D.F, 28 de septiembre de 1993; “Peligro el capitalismo salvaje”, en *Excélsior*, México, D.F, 2 de noviembre de 1993.

Es por esto que, ante el nivel límite de evolución en el que nos encontramos como civilización nacional y frente a la creciente penetración de la “Iniciativa del Mercado” en el campo de la cultura y la comunicación colectiva del país, debemos considerar que así como una cantidad de actividades estratégicas para el desarrollo del Estado mexicano no pueden dejarse en manos del sector mercantil, a riesgo de que desaparezcan, como es el caso de la medicina preventiva, la generación del transporte urbano público, el impulsar a la ciencia básica, la educación pública, la producción de infraestructura urbana,⁷¹ etc.; así tampoco puede delegarse a éste la construcción de una “Cultura Social para la Supervivencia Nacional”. Esto debido, a que aunque, paradójicamente, a largo plazo, la planificación cultural es la inversión económica más rentable que existe en México, a corto plazo no es lucrativa dentro de los criterios dominantes de “ganancia pecuniaria” y de corto plazo que establece la actual concepción neoliberal de la vida.

Frente a este panorama de creciente desigualdad comunicativa y espiritual que se estableció con la aplicación del modelo de mercado trilateral en nuestra República, es necesario que el Estado mexicano cree las condiciones de otro equilibrio cultural a través de la elaboración de una “Nueva Política de Cultura y Comunicación Social para la Supervivencia Nacional”, que actualmente no existe y se requiere urgentemente para coexistir. Para ello, hay que considerar que así como en el campo económico el Estado reprivatizó la banca estatal y paralelamente impulsó la banca de desarrollo para apoyar a los sectores más desfavorecidos, o que así como vendió empresas públicas para destinar fondos a los proyectos de equilibrio social vía el “Programa Nacional de Solidaridad”,⁷² ahora es necesario que así como ha permitido crecientemente el juego de los principios del mer-

⁷¹ “Sí al neostatismo para guiar y no remplazar al mercado”, en *Excelsior*, México, D.F, 13 de abril de 1992; “Corrige J. Major a M. Thatcher y fortalece al Estado Benefactor”, en *Excelsior*, México, D.F, 15 de julio de 1992; “Profundo rechazo en Wall Street a Clinton. Temor a un incremento de tasas de interés e inflación”, en *El Financiero*, México, D.F, 13 de noviembre de 1992; “El Neointervencionismo Estatal”, en *El Financiero*, México, D.F, 23 de noviembre de 1992; “Clinton: ¿Un nuevo Liberalismo Social?”, en *El Financiero*, México, D.F, 24 de noviembre de 1992; “Clinton, intervencionista astuto si concilia Estado y mercado”, en *Excelsior*, México, D.F, 26 de noviembre de 1992.

La aplicación del liberalismo a ultranza en Estados Unidos durante más de 15 años provocó que una pequeña minoría se enriqueciera desproporcionadamente, mientras la mayoría social se convirtiera en más pobre, sin encontrar en el “paraíso capitalista” la felicidad prometida. De igual forma, la implementación durante varios años de la dinámica de la “mano invisible” en Inglaterra descuidó la educación pública al grado que en 1992 sólo el 34 % de los jóvenes entre 16 y 18 años gozaban de un sistema de capacitación, contra 47 % en Alemania y 66 % en Francia. “El Neoliberalismo continúa haciendo ‘agua’ en Estados Unidos”, en *El Universal*, México, D.F, 2 de octubre de 1993.

⁷² “Liberalismo social, nuestra filosofía. Contra Estatismo y Neoliberalismo absorbente”, en *El Financiero*, México, D.F, 5 de marzo de 1992; “El liberalismo social”, en *Excelsior*, México, D.F, 7 de marzo de 1992; “El liberalismo social:

cado en el área cultural, se apoye la dinámica de “Equilibrio de la Comunicación Social” que surge desde las necesidades de expresión y participación ideológica más apremiantes de los grupos mayoritarios del país.

Con ello se podrán rescatar los aspectos positivos que ofrece la economía de mercado en el campo cultural, como son la eficiencia, la incorporación de tecnologías de punta, la competitividad, la libertad individual, la apertura de mercados, la adopción de nuevos financiamientos, etc., y al mismo tiempo se aplicarán los contrapesos culturales de nivelación mental necesarios para sobrevivir que no están incluidos en el frío cálculo económico neoliberal. Ante esto es imprescindible considerar que la práctica del libre juego de las fuerzas culturales y comunicativas no generan automáticamente un proceso de comunicación superior, sino que para lograrlo se requiere la presencia y la acción de procesos sociales planificadores, con alto nivel de participación de la sociedad civil.⁷³ Contrapesos planificadores que no sean burocráticos, estatistas, paternalistas o populistas, pero que sí vinculen globalmente los principales requerimientos de desarrollo social con la dinámica de producción cultural.

En este sentido debemos de considerar que aunque la crisis de valores es muy antigua en nuestro país, para superar este colapso civilizatorio además de realizar proyectos de reordenamiento económico, tecnológicos, jurídicos, laborales, políticos, electorales, financieros etc.; ahora se requiere, por encima de todo, ejecutar una profunda reforma ético-moral que rescate los principales valores que nos permitan vivir armónicamente en comunidad.⁷⁴ Reforma ético-moral que cree las bases de conciencia mínimas para que todos los ciudadanos puedan desarrollarse material, cultural y espiritualmente, y permitan que los hombres convivan equilibradamente con las otras formas de vida biológicas, animales y vegetales que nos rodean.

Nuestro camino”, en *Uno Más Uno*, México, D.F, 8 de marzo de 1992; “¿Neoliberalismo social?”, en *Uno Más Uno*, México, D.F, 11 de marzo de 1992; “Entre la política y la economía. La condición de los serviles”, en *Excélsior*, México, D.F, 13 de marzo de 1992; “El liberalismo social fortalece la soberanía”, en *Uno Más Uno*, México, D.F, 1 de marzo de 1992; “Recursos a los marginados con mecanismos de mercado”, en *Excélsior*, México, D.F, 14 de marzo de 1992; “¿Qué del liberalismo”, en *Uno Más Uno*, México, D.F, 17 de marzo de 1992; “De nuevo sobre el liberalismo”, en *Uno Más Uno*, México, D.F, 10 de marzo de 1992; “El liberalismo social se vive con el Pronasol”, en *Excélsior*, México, D.F, 21 de marzo de 1992; “Ni la soberanía es obsoleta, ni existe un modelo único”, en *Excélsior*, México, D.F, 22 de marzo de 1992.

⁷³ “Requiere la sociedad actual de una nueva revolución científica”, en *Uno Más Uno*, México, D.F, 31 de marzo de 1992.

⁷⁴ “Demanda Octavio Paz el predominio de la moral en la vida pública”, en *Excélsior*, México, D.F, 17 de diciembre de 1995; “Antes de las reformas políticas y económicas necesitamos una reforma moral”, en *El Universal*, México, D.F, 17 de diciembre de 1995; “Es momento de reformas en todos los órdenes: Rivera”, en *La Jornada*, México, D.F, 14 de enero de 1996.

No podemos olvidar que la superación de la crisis de civilización que nos enmarca, requiere la producción de un nuevo eje cultural, y éste en nuestro país deberá girar alrededor de la renovación de los medios de comunicación nacionales, especialmente de la televisión, que son las instituciones culturales que más rápidamente difunden, promueven, cambian o deforman los valores sociales.

En este sentido, podemos decir que “la situación alarmante de pobreza y desempleo que vive México pone en evidencia que el modelo economicista de desarrollo social no es la opción para un verdadero progreso humano del país”.⁷⁵ Es por todo ello que, para recobrar la paz y la armonía social crecientemente perdida que nos coloca al borde del delicadísimo desbordamiento social, ahora resulta indispensable la búsqueda de otro modelo de crecimiento nacional que supere las finalidades “economicistas” y “tecnocráticas” que privilegian como valores supremos la acumulación de capital a costa de lo que sea, para rescatar el valor de las personas y la vida como centro moral del desarrollo colectivo de nuestra nación.

Sintetizando, podemos decir que de no realizarse una severa reforma moral y cultural en nuestro país, especialmente a través de los medios de comunicación, se volverá a vivir la profunda contradicción existente entre la cultura nacional y el proyecto de desarrollo global que se ha arrastrado en las últimas décadas. Cada uno se disparará por sendos distintos, la cabeza social avanzará por un lado y el cuerpo poblacional por otro aumentando rápidamente, con ello, la descomposición de nuestra comunidad nacional.

De lo contrario, los grandes límites naturales, que por sí misma fija la economía de mercado sobre las dinámicas comunicativas, generarán más contradicciones culturales que las pretende resolver por la acción de la oferta y la demanda, y que sólo podrán resolverse con la introducción de la “Racionalidad de la Comunicación Social” en el campo de lo público. De no construirse esta política de equilibrio en el área comunicativa y cultural, cada vez más se vivirá el profundo divorcio existente entre necesidades materiales y espirituales de crecimiento social y la formación de la cerebralidad colectiva para resolverlas.

De esta forma, por nuestro propio bien como República, hoy estamos obligados a preguntarnos con todo rigor: ¿hasta dónde a mediano y largo plazo este modelo de desarrollo modernizador creará una cultura que propicie el verdadero crecimiento de nuestra socie-

⁷⁵ “Es la pobreza el reflejo del fracaso del actual modelo económico: De Gasperín”, en *El Universal*, México, D.F., 23 de septiembre de 1995.

dad o producirá un retroceso del avance del hombre? ¿Qué acciones culturales debemos de realizar para reforzar nuestra identidad nacional dentro de los marcos de los principios del mercado?. ¿Cómo producir una cultura del desarrollo social dentro de la dinámica de la oferta y la demanda? ¿Cómo conciliar las presiones de un modelo económico que deforma la estructura cultural para incrementar sus niveles de acumulación material, con la necesidad urgente de formar una cultura global para la sobrevivencia humana y el respeto a la vida? En la fase de globalización del país, ¿cuáles deben ser los contenidos culturales de una política nacional de comunicación social que propicie que se eleven los niveles de calidad de vida material, comunitaria y espiritual en el México de finales del siglo xx?

De aquí la necesidad urgente de reflexionar dentro de la dinámica de acelerado cambio modernizador que vive el país sobre nuestra cultura y proponer las acciones que deben ejercer los medios de comunicación para conservar su esencia nacional orientada hacia el desarrollo de nuestra conciencia, pues el proceso de la globalización mundial nos lleva a la creación de un nuevo orden cultural que modifica los contenidos y las fronteras ideológicas de los actuales Estados nacionales. De no efectuar esto, el alma cultural de nuestra sociedad correrá el gran riesgo de quedar sepultada por los nuevos espejismos de la modernidad y sus derivados simbólicos parasitarios de esta nueva fase del desarrollo de la sociedad capitalista internacional.

Sin embargo, no obstante el panorama anterior, hasta el momento el Estado y las instituciones privadas nacionales estudian las consecuencias económicas, tecnológicas, laborales, políticas, financieras, ecológicas, etc. que tuvo el Tratado de Libre Comercio sobre estas áreas, pero no han analizado el impacto que ocasionó este convenio trilateral y la aplicación de las leyes del mercado sobre la cultura y los medios de comunicación mexicanos. Es por ello que en esta etapa de desarrollo neoliberal de la cultura nacional consideramos altamente estratégico que la sociedad mexicana realice un permanente análisis que examine esta situación y plantee diversas alternativas de acción de lo que debe realizar el Estado y la sociedad civil para encarar maduramente esta realidad.

Para avanzar en la construcción de la “Nueva Política de Cultura y Comunicación Social para la Sobrevivencia Social” es necesario que el Estado y la sociedad civil realicen entre otras las siguientes nueve acciones mínimas de política cultural e informativa:

1. El Estado debe rescatar su función rectora en el campo de la comunicación frente a la dinámica salvaje que han alcanzado las fuerzas del mercado en este terreno,

para construir un nuevo proyecto de información nacional de servicio público basado en la participación de las comunidades.

2. En el ámbito cultural es imperioso plantear una moratoria de la firma del TLC hasta no evaluar el impacto que produjo el TLC sobre la cultura y la comunicación y formular las nuevas estrategias que protejan a la identidad y las comunicaciones nacionales que nos permitan impulsar sólidamente el crecimiento interno y no sólo incorporarnos a la maquinaria global de acumulación de capital.
3. Es ineludible que los ciudadanos presionen al Estado para que el gobierno mexicano cumpla con los tratados internacionales aprobados por México sobre la cultura, como el “Tratado de la Diversidad Cultural”.
4. Es indispensable deslindar que nuestra fortaleza como país provendrá del rigor con el que defendamos la claridad de quiénes somos como sociedad, esclarezcamos qué necesitamos saber colectivamente para sobrevivir, generemos los bienes culturales y comunicativos adecuados para crecer, nos organicemos colectivamente para resolver los principales conflictos de la agenda nacional, y no simplemente imitar mecánicamente la cadena de espejismos mentales y emocionales que provienen del sistema de globalización exterior para eficientar el proceso de acumulación mundial.
5. Es forzoso considerar que el problema para reposicionarnos como sociedad ante el fenómeno de la mundialización de la cultura y de la comunicación, con su respectiva aplicación del Tratado de Libre Comercio, no es entrar en el juego de la dinámica espectacular planetaria de la globalización para construir internacionalmente otro show cultural mexicano como fue la muestra “México 200 años” en Nueva York, o la exposición de la vida de los aztecas en California, o la difusión del Huapango de Moncayo en Washington, o la muestra de cabezas olmecas en Montreal, o la organización de la “tocada” de mariachis en Chicago, etc., sino construir en grandes dimensiones una sólida “cultura orgánica” sobre los principales problemas estructurales que debemos solucionar para sobrevivir.
6. Sin esperar hasta la renegociación del TLC es necesario que se replantee el pacto social de comunicación existente entre el Estado, los medios de difusión y la sociedad para orientarlo hacia un nuevo pacto tripartita de participación ciudadana plural y multiétnica que equilibre el actual funcionamiento desigual. Esto permitirá que el modelo de cultura y comunicación no sea exclusivamente gobernado por las leyes neoliberales de “dejar hacer, dejar pasar”, sino por la dinámica del servicio público.

7. Es imperativo elevar a rango constitucional el acceso a la información como un bien y un derecho público al cual han de acceder y ejercer todos los mexicanos. Con ello, se podrán crear contrapesos al modelo mercantilista de comunicación y cultura que impuso el Tratado de Libre Comercio.
8. Es preciso que el Estado fortalezca y amplíe el esquema de medios de comunicación de servicio público para cumplir con su función de rector nacional y equilibrar el funcionamiento del modelo de comunicación fenicio que domina.
9. Finalmente, considerando que el gobierno del presidente Peña Nieto no estuvo dispuesto a renegociar el TLC en ningún renglón, y por ello, firmó el 19 de febrero del 2014 la continuidad de dicho acuerdo con EE.UU. y Canadá, solamente se podrán lograr cambios estructurales en el ámbito de la comunicación y la cultura a través de la aplicación de mecanismos paralelos que fortalezcan la pluriculturalidad e identidad nacional. Para ello, es fundamental que la sociedad civil organizada presione al Poder Legislativo para que en la elaboración de las leyes reglamentarias de la Reforma Constitucional de las Telecomunicaciones, la Radiodifusión y la Competencia Económica aprobada en junio de 2013, se respeten los avances y las garantías culturales y comunicativas ya incorporadas en la Constitución Política Mexicana en este terreno, y evitar con ello que sean los monopolios y oligopolios mediáticos quienes continúen determinando la esencia de la comunicación y la cultura en México. De lo contrario, si se ratifica el proyecto de leyes secundarias del Poder Ejecutivo como fue enviado al Senado el 24 de marzo de 2014, la Cámara de Senadores y la Cámara de Diputados, habrán legitimado la segunda “Ley Televisa” con sus nefastas consecuencias para el desarrollo global del país en el siglo XXI.

De no hacernos estos cuestionamientos, y otros más, con severidad, encontraremos que en plena fase de modernización nacional con la asimilación del Tratado de Libre Comercio, se habrán modificado las estructuras económicas, políticas, jurídicas, tecnológicas, laborales, comerciales de nuestra sociedad, pero no se habrán transformado las estructuras mentales y emocionales profundas que, en última instancia, son las que sostienen y le dan vida a nuestra comunidad. Bajo estas circunstancias la sociedad mexicana estará avanzando con los “ojos vendados” por un precipicio muy peligroso y dentro de algunos años veremos y sufriremos nuevamente las consecuencias devastadoras que dejará sobre nuestras estructuras de conciencia y comportamientos colectivos la presencia del funcionamiento desregulado de la lógica del mercado globalizado en el terreno cultural y espiritual de nuestro país.

Referencias

Libros, revistas y documentos

- “Declaración de Quito sobre el espacio audiovisual latinoamericano”, en Revista *Video Red*, No-5, Año 2, Lima, Perú, abril-mayo de 1989.
- “La televisión y los niños. Conocimiento de la realidad televisiva vs. conocimiento de la realidad nacional”, *Cuadernos del Consumidor*, Instituto Nacional del Consumidor (INCO), México, D.F., noviembre de 1982.
- “Lo más novedoso del TLCAN: La llegada impetuosa de China”, Revista *Contralinea*, México, D.F, 19 de marzo de 2014, <http://contralinea.info/archivo-revista/index.php/2014/03/19/lo-mas-novedoso-del-tlcan-la-llegada-impetuosa-de-china/>, consultado el 25 de marzo de 2014.
- “Tratado de Libre Comercio de América del Norte”, tomos I y II, Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI), Gobierno de México, México, D.F, 22 de noviembre de 1993, tomo I, 343 p., y tomo II, 273 pp.
- ANTAKI, IKRAM, “Foro sobre libertad de expresión y responsabilidad social”, Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), World Trade Center, México, D.F, 21 de julio de 1998.
- BONFIL BATALLA, GUILLERMO, “Dimensiones Culturales del Tratado de Libre Comercio”, en *La Educación y la Cultura Ante el Tratado de Libre Comercio*, Gilberto Guevara Niebla y Néstor García Canclini (coords.), México, Editorial Nexos y Nueva Imagen, 1992.
- CASAS PÉREZ, MA. DE LA LUZ, “Identidad Cultural y Medios de Comunicación: una cuestión no resuelta para Canadá y para México”, *Revista Comunicación y Sociedad*, número 27, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Guadalajara, Jalisco, Universidad de Guadalajara, mayo-agosto de 1996.
- , “El Marco Jurídico y la Política de Comunicación Social en el Marco del TLC”, *Anuario de Investigación de la Comunicación*, número IV, México, Consejo Nacional Para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) y Universidad de Guadalajara, octubre de 1997.
- CHABAT, JORGE, “México en 1991: Diversificando la interdependencia”, en *Enfrentando los cambios globales. Anuario de políticas exteriores latinoamericanas 1991-1992*, Jorge Heine (comp.), Santiago de Chile, Ediciones Pedagógicas Chilenas, Ediciones Dolmen, 1993, pp. 47-65, <http://www.libros.uchile.cl/files/presses/1/monographs/331/submission/proof/index.html#53/z>
- CROVI DRUETTA, DELIA (COORD.), “Desarrollo de las Industrias Culturales en México y Canadá (Proyecto Monarca)”, México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), 1995.
- ESTEINOU MADRID, JAVIER, “¿Autorregulación o Nueva Ley de Medios?”, en *Revista Mexicana de Comunicación*, No. 81, Fundación Manuel Buendía, A.C (FMB), México, D.F, mayo-junio de 2003.
- , “Autorregulación del periodismo: ¿Por qué se opone el Estado mexicano a la reglamentación del Derecho a la Información?”, en *Revista Chasqui*, No. 69, Revista Latinoamericana de Comunicación, Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina (CIESPAL), Quito, Ecuador, marzo de 2000.
- , “Crisis económica-política, cultura y reforma moral”, Octava Semana de la Investigación Científica, *Cuadernos de Extensión Universitaria*, México, Coordinación de Extensión Universitaria, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco (UAM-X), octubre de 1998.
- , “El Derecho a la Información y la democratización del Estado Mexicano”, en *Revista Iberoamericana de Derecho a la Información*, No. 2, Año 1, Programa Iberoamericano de Derecho a la Información de la Universidad Iberoamericana y Fundación Manuel Buendía, México, Departamento de Comunicación, Universidad Iberoamericana, Plantel Santa Fe, septiembre-diciembre de 1998.
- , “El Derecho de Acceso a la Información y la Regulación de las Industrias Mediáticas en el México del siglo XXI”, Premio: “Primer Lugar”, en

- Segundo Certamen Estatal de Ensayo en Materia de Transparencia y Acceso a la Información Pública*, Memorias del Segundo Certamen Estatal de Ensayo en Materia de Transparencia y Acceso a la Información Pública, Chetumal, Quintana Roo, Instituto de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Quintana Roo (ITAI PQROO), marzo de 2009.
- , “El Estado Mexicano y el Derecho a la Información: Autorregulación o reglamentación de la Comunicación”, en *Anuario de Investigación de la Comunicación*, No. VI, Consejo Nacional Para La Enseñanza e Investigación de la Comunicación (CONEICC), Guadalajara, Jalisco, Universidad Iberoamericana (UIA), Instituto de Estudios Superiores Tecnológicos de Monterrey, Campus Estado de México (ITESM), marzo de 2000.
- , “El origen ético moral de la crisis del modelo de la *Economía Basura*”, en *Revista Mediaciones Sociales*, No. 5, *Revista de Ciencias Sociales y de Comunicación*, Sección de Comunicación, Grupo de Investigación Identidades Sociales y Comunicación, Madrid, España, Facultad de Ciencias de la Información, Departamento de Sociología IV, Universidad Complutense de Madrid, IIº Semestre de 2009, pp. 123-174, <http://www.ucm.es/info/mediars/MediacioneS2/Indice/indice.html>
- , “Hacia la Regulación de la Videocracia en México”, en *Revista Electrónica Razón y Palabra*, No. 70, Año 4, “Relaciones Públicas”, Yanyñ Rincón Quintero (coord.), *Revista Electrónica*, Primera Revista Electrónica Especializada en Comunicación en América Latina, Departamento de Comunicación, México, D.F, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Estado de México (ITESM), noviembre 2009- enero 2010, 66 pp., <http://www.razonypalabra.org.mx>
- , “La comunicación y la cultura nacionales en los tiempos del libre comercio”, México, Editorial Fundación Manuel Buendía, 1993.
- GÓMEZ MONT, CARMEN, “La liberalización de las telecomunicaciones en México. De un sector estratégico al libre juego de las fuerzas del mercado”, *Anuario de Investigación de la Comunicación*, número II, México, Consejo Nacional Para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) y Universidad de Guadalajara, octubre de 1995.
- MAURICIO DE MARÍA Y CAMPOS, “Las Industrias Culturales y del Entretenimiento en el marco del tratado de Libre Comercio”, en *La Educación y la Cultura Ante el Tratado de Libre Comercio*, Gilberto Guevara Niebla y Néstor García Canclini (coords.), México, Editorial Nexos y Nueva Imagen, 1992.
- MONSIVÁIS, CARLOS “De la Cultura Mexicana en Vísperas del Tratado de Libre Comercio”, en *La Educación y la Cultura Ante el Tratado de Libre Comercio*, Gilberto Guevara Niebla y Néstor García Canclini (coords.), México, Editorial Nexos y Nueva Imagen, 1992.
- NASSAR, EMILIO, “Palabras de clausura inauguración”, Presidente, Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), *Símpoio sobre libertad de expresión y responsabilidad social*, Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), World Trade Center, México, D.F., 21 de julio de 1998.
- NIVÓN, EDUARDO, “Propiedad Intelectual y Derechos de Autor”, en *La Educación y la Cultura Ante el Tratado de Libre Comercio*, Gilberto Guevara Niebla y Néstor García Canclini (coords.), México, Editorial Nexos y Nueva Imagen, 1992.
- SALINAS DE GORTARI, CARLOS, “Tercer informe de gobierno”, Presidencia de la República, Gobierno de México, México D.F, 1 de noviembre de 1991, p. 1, http://www.biblioteca.tv/artman2/publish/1991_57/Mensaje_del_Tercer_informe_de_gobierno_de_Carlos_S_73.shtml, consultado el 1 de mayo de 2014.
- SÁNCHEZ MARTÍNEZ, ROGER DARÍO, “Privatización de las telecomunicaciones: un estudio comparativo de las regulaciones en el Sector de México y Chile”, *Anuario de Investigación de la Comunicación*, número IV, Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) y Universidad de Guadalajara, México, D.F., octubre de 1997.

VALENZUELA ARCE, JOSÉ MANUEL, “En la Frontera Norte de México: Tratado de Libre Comercio e Identidad Cultural”, en *La Educación y la Cultura Ante el Tratado de Libre Comercio*, Gilberto Guevara Niebla y Néstor García Canclini (coords.), México, Editorial Nexos y Nueva Imagen, 1992.

Hemerografía

— “El síndrome de O.G. Mandino”, Periódico *El Financiero*, México, D.F, 19 de junio de 1991.

— “El TLC hacia un nuevo mestizaje cultural”, Periódico *Excélsior*, México, D.F, 1 de septiembre de 1991.

— “El TLC no deberla incluir los servicios culturales”, Periódico *El Universal*, México, D.F, 9 de octubre de 1991.

“Absolutamente” ninguna amenaza a la cultura en el Tratado: Flores Olea”, en *Excélsior*, México, D.F, 27 de septiembre de 1991.

“Dislocará el TLC los sistemas educativos de EU y México, sobre todo en la zona fronteriza”, en *El Financiero*, México, D.F, 9 de octubre de 1991.

“¿De qué sirve la democracia si pervive el mercantilismo en América Latina?”, en *Excélsior*, México, D.F, 3 de junio de 1992.

“¿El TLC una amenaza para la cultura mexicana?”, en *La Jornada*, México, D.F, 8 de septiembre de 1991.

“¿Neoliberalismo social?”, en *Uno Más Uno*, México, D.F, 11 de marzo de 1992.

“¿Qué del liberalismo?”, en *Uno Más Uno*, México, D.F, 17 de marzo de 1992.

“Antes de las reformas políticas y económicas necesitamos una reforma moral”, en *El Universal*, México, D.F, 17 de diciembre de 1995.

“Asechanza invisible sobre México”, en *Excélsior*, 11 de marzo de 1991.

“Base del Estado corporativo”, en *Excélsior*, México, D.F, 2 de junio de 1992.

“Cambios que no afecten valores e integridad nacional: Colosio”, en *Excélsior*, México, D.F, 21 de septiembre de 1991.

“Clinton, intervencionista astuto si concilia Estado y mercado”, en *Excélsior*, México, D.F, 26 de noviembre de 1992.

“Clinton: ¿Un nuevo Liberalismo Social?”, en *El Financiero*, México, D.F, 24 de noviembre de 1992.

“Con el TLC necesario defender la mexicanidad”, Agencia Notimex, México, D.F, 5 de septiembre de 1991.

“Con el TLC se dislocar la educación fronteriza de EU”, en *La Jornada*, México, D.F, 9 de octubre de 1991.

“Consolidar la cultura nacional”, en *Excélsior*, México, D.F, 7 de julio de 1991.

“Corrige J. Major a M. Thatcher y fortalece al Estado Benefactor”, en *Excélsior*, México, D.F, 15 de julio de 1992.

“CSG: Nadie borrar nuestras fronteras”, en *La Jornada*, México, D.F, 30 de septiembre de 1991.

“Culturalmente ¿Qué gana o que pierde México ante el TLC?” (primera parte), en *El Financiero*, México, D.F, 14 de octubre de 1991.

“De nuevo sobre el liberalismo”, en *Uno Más Uno*, México, D.F, 10 de marzo de 1992.

“Declaración de México”, Conferencia Latinoamericana Sobre el Tratado de Libre Comercio, en *La Jornada*, México, D.F, 21 de noviembre de 1991.

“Declaración de México”, en *La Jornada*, México, D.F, 21 de noviembre de 1991.

“Demanda Octavio Paz el predominio de la moral en la vida pública”, en *Excélsior*, México, D.F, 17 de diciembre de 1995.

“Detener y consolidar valores nacionales, pide Dávalos a jóvenes”, en *Excélsior*, México, D.F, 28 de septiembre de 1991.

“El cambio debe ser garantía de justicia”, en *Excélsior*, México, D.F, 28 de septiembre de 1993.

“El dilema de México”, en *Excélsior*, México, D.F, 6 de junio de 1991.

“El liberalismo social fortalece la soberanía”, en *Uno Más Uno*, México, D.F, 1 de marzo de 1992.

“El liberalismo social se vive con el Pronasol”, en *Excélsior*, México, D.F, 21 de marzo de 1992.

“El liberalismo social: Nuestro camino”, en *Uno Más Uno*, México, D.F, 8 de marzo de 1992.

“El liberalismo social”, en *Excélsior*, México, D.F, 7 de marzo de 1992.

- “El México Profundo sigue vivo”, en *Excélsior*, México, D.F, 31 de julio de 1991.
- “El Neointervencionismo Estatal”, en *El Financiero*, México, D.F, 23 de noviembre de 1992.
- “El Neoliberalismo continúa haciendo ‘agua’ en Estados Unidos”, en *El Universal*, México, D.F, 2 de octubre de 1993.
- “El retiro del Estado impone retos capitales al neoliberalismo”, en *Excélsior*, México, D.F, 28 de septiembre de 1993.
- “El TLC no hará perder la identidad cultural a México: Genovevo Figueroa Z.”, en *Uno Más Uno*, México, D.F, 9 de octubre de 1991.
- “El TLC nos afectará política, económica e incluso culturalmente: Gustavo Petricoli”, en *Excélsior*, México, D.F, 26 de junio de 1991.
- “El TLC podría debilitar la identidad del mexicano, advierte Erwin Epstein”, en *Excélsior*, México, D.F, 22 de octubre de 1991.
- “El TLC: ¿Una amenaza para la cultura mexicana?”, en *La Jornada*, México, D.F, 8 de septiembre de 1991.
- “El Tratado de Libre Comercio y la cultura”, en *Excélsior*, México, D.F, 10 de junio de 1991.
- “Embate brutal del materialismo egoísta en general: Millán”, en *Excélsior*, México, D.F, 30 de agosto de 1991.
- “En el TLC el mercado fijará precios a los básicos”, en *Excélsior*, México, D.F, 27 de marzo de 1992.
- “En riesgo los valores culturales ante la apertura: Empresarios de Jalisco”, en *El Financiero*, México, D.F, 8 de julio de 1991.
- “Entre la política y la economía. La condición de los serviles”, en *Excélsior*, México, D.F, 13 de marzo de 1992.
- “Es la pobreza el reflejo del fracaso del actual modelo económico: De Gasperín”, en *El Universal*, México, D.F, 23 de septiembre de 1995.
- “Es momento de reformas en todos los órdenes: Rivera”, en *La Jornada*, México, D.F, 14 de enero de 1996.
- “Está en duda que el mercado solucionará mágicamente los problemas económicos”, en *El Financiero*, México, D.F, 26 de noviembre de 1993.
- “Intervencionismo del Estado. Orígenes y modalidades del Estado”, en *Excélsior*, México, D.F, 3 de junio de 1992.
- “Izquierda y totalitarismo. Orígenes y modalidades del Estado”, en *Excélsior*, México, D.F, 4 de junio de 1992.
- “La educación pública superior se pierde. Hay que defenderla. ¡Por un nuevo acuerdo social para la educación superior!”, en *Uno Más Uno*, México, D.F, 8 de septiembre de 1991.
- “La integración no implica cambio de identidad: Bus tamante”, en *Excélsior*, México, D.F, 21 de junio de 1991.
- “La Ley de la Oferta y la Demanda es la que debe regir al mercado”, en *El Financiero*, México, D.F, 13 de agosto de 1991.
- “La lógica del mercado”, en *El Financiero*, México, D.F, 4 de agosto de 1992.
- “La nueva cara del regulador económico”, en *Excélsior*, México, D.F, 28 de septiembre de 1993.
- “La senaduría, al margen de los intereses de la TV: Miguel Alemán”, en *El Financiero*, México, D.F, 20 de junio de 1991.
- “La teoría del Estado. Orígenes y modalidades del Estado”, en *Excélsior*, México, D.F, 5 de junio de 1992.
- “Las culturas aisladas perecen; sólo las comunicadas sobreviven: Fuentes”, en *La Jornada*, México, D.F, 20 de julio de 1991.
- “Liberalismo social, nuestra filosofía. Contra Estatismo y Neoliberalismo absorbente”, en *El Financiero*, México, D.F, 5 de marzo de 1992.
- “Los atrasos económicos y tecnológicos provocan la pérdida de soberanía e identidad”, en *El Financiero*, México, D.F, 20 de junio de 1991.
- “Los medios de comunicación reducto cultural para el TLC”, Agencia Notimex, México, D.F, 8 de julio de 1991.
- “Los retos entre México y EU los resolveremos mejor amparados en el encuentro de muestras culturas”, en *Uno Más Uno*, México, D.F, 2 de octubre de 1990.
- “México no acepta un TLC con sólo buenas intenciones”, en *Excélsior*, México, D.F, 12 de septiembre de 1991.

- “Ni la soberanía es obsoleta, ni existe un modelo único”, en *Excélsior*, México, D.F, 22 de marzo de 1992.
- “No menguar el TLC soberanía, ni cultura: Serra Puche”, en *El Financiero*, México, D.F, 21 de junio de 1991.
- “No pelagra la identidad ante la globalización y el Libre Comercio”, en *Excélsior*, México, D.F, 16 de agosto de 1991.
- “No perder México su identidad cultural con la firma del TLC”, en *El Día*, México, D.F, 9 de octubre de 1991.
- “Nuestra identidad irrenunciable: Barros Valero”, en *Excélsior*, México, D.F, 11 de septiembre de 1991.
- “Para la industria filmica, el TLC ser negativo”, en *Cine Mundial*, México, D.F, 7 de octubre de 1991.
- “Peligro el capitalismo salvaje”, en *Excélsior*, México, D.F, 2 de noviembre de 1993.
- “Por el momento Estados Unidos dejó de lado el tema cultural”, en *El Financiero*, México, D.F, 26 de septiembre de 1991.
- “Preservar la identidad sin chovinismos: Sarukán”, en *Excélsior*, México, D.F, 9 de octubre de 1990.
- “Primacía y prioridad de la cultura”, en *Excélsior*, México, D.F, 25 de junio de 1991.
- “Profundo rechazo en Wall Street a Clinton. Temor a un incremento de tasas de interés e inflación”, en *El Financiero*, México, D.F, 13 de noviembre de 1992.
- “Reafirmar identidad nacional y ampliar la base de investigación del país: Sarukhán”, en *El Financiero*, México, D.F, 24 de septiembre de 1991.
- “Recursos a los marginados con mecanismos de mercado”, en *Excélsior*, México, D.F, 14 de marzo de 1992.
- “Reforzar nuestra identidad frente al TLC”, en *Excélsior*, México, D.F, 3 de junio de 1991.
- “Regula la existencia de la sociedad”, en *Excélsior*, México, D.F, México, D.F, 31 de mayo de 1992.
- “Requiere la sociedad actual de una nueva revolución científica”, en *Uno Más Uno*, México, D.F, 31 de marzo de 1992.
- “Respetar dignidad y costumbres, no sólo elevar la producción: Salinas”, en *El Financiero*, México, D.F, 9 de agosto de 1991.
- “Saquean industriales los Bosques de Michoacán”, en *Excélsior*, México, D.F, 24 de septiembre de 1991.
- “Se dislocarán las instituciones educativas de la frontera con el TLC: Alexander”, en *El Sol de México*, México, D.F, 9 de octubre de 1991.
- “Sí al neoestatismo para guiar y no remplazar al mercado”, en *Excélsior*, México, D.F, 13 de abril de 1992.
- “TLC discusión necesaria”, en *El Financiero*, México, D.F, 18 de octubre de 1991.
- “TLCAN van por más integración financiera y seguridad”, en *El Economista*, México, D.F, 19 de febrero de 2014, <http://eleconomista.com.mx/industrias/2014/02/19tltcan-van-mas-integracion-financiera-seguridad>, consultado el 25 de marzo de 2014.
- “Tratado de Libre Comercio o integración subordinada”, en *Excélsior*, México, D.F, 18 de agosto de 1991.
- “Urge reestructuración en nuestra música”, en *Excélsior*, México, D.F, 18 de julio de 1991.
- Esteinou Madrid, Javier, “Crisis, valores y reforma moral” (tres partes), en *Excélsior*, México, D.F, 3 de septiembre de 1996.
- Solana, Fernando, “Nada a costa de nuestros valores”, Apertura de la VII Reunión Binacional México-Estados Unidos, en *Excélsior*, México, D.F, 8 de agosto de 1989.

TLCAN/Cultura

Se terminó de imprimir en la Imprenta Universitaria de la Universidad Autónoma de Nuevo León, en marzo de 2015. Para su composición se usaron los tipos de la familia Freigh.

El tiro consta de 1000 ejemplares.

En estas páginas se congregan una variedad de miradas a las implicaciones del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) en el sector cultural, a 20 años del mercado común entre Canadá, Estados Unidos y México. La diversidad de abordajes se encontraron en marzo de 2014, en el Foro “Paso libre a la cultura. Tratos y mal tratos del TLCAN”, organizado por la UAM, la Comisión de Cultura del Senado de la República y la Comisión de Cultura de la Asamblea Legislativa del Distrito Federal.

“Libre comercio para la cultura, ¿lubricante o engrudo?”, fue la pregunta que guió el empeño por encontrar respuestas para un sector que, como el cultural, dista de conocerse a sí mismo, y menos aún, de ser reconocido como se merece en el desarrollo del país. Con este libro que reúne el conjunto de ponencias presentadas en el foro, la UAM, a través del

Programa de Economía Cultural y del Grupo de Reflexión sobre Economía y Cultura (GRECU), y la Universidad Autónoma de Nuevo León, confirman su compromiso a favor de la economía cultural del país. Otros títulos de esta saga son *Diplomacia y cooperación cultural de México. Una aproximación* (2007), *Economía cultural para emprendedores. Perspectivas* (2010) y *1988-2012. Cultura y transición* (2012).



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN